

RAGAM DIALEK PEKALONGAN PADA AKUN INSTAGRAM @DUOLHOGOK: SEBUAH KAJIAN RETORIKA PROFETIK

Muhammad Khotibul Umam, Fahrudin Eko Hardiyanto

genrejateng.umam@gmail.com

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Univeristas Pekalongan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan retorika profetik pada Instagram @duolhogok. Penelitian ini termasuk dalam 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 @duolhogok 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 yang diambil 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 *content creator* atau pembicara, yaitu Umam dan Aldy yang memiliki kredibilitas atau ethos yang baik sebagai seorang pembicara dengan keahlian personal pembawaan yang humor dan edukatif, (2) pathos berkaitan dengan daya tarik emosional penonton yang berupa *compassion, fear, anger, pride* dan (3) logos berkaitan dengan argumen didasari bukti logis atau sesuai dengan kenyataan di masyarakat (4) nilai humanisasi berkaitan dengan rasa kemanusiaan berupa saling mengingatkan sesama manusia dan menolong manusia yang mengalami kesusahan sebagai wujud memanusiakan manusia, (5) liberasi berkaitan dengan pembebasan untuk menghindari sesuatu yang negatif ke positif, dan (6) transendensi berupa adanya rasa syukur dan tunduk kepada tuhan yang maha esa yang ditandai dengan mengucap 'ya allah'.

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

ABSTRACT

Penelitian This study aims to evaluate the application of prophetic rhetoric on Instagram @duolhogok. This research is included in qualitative descriptive research. The data sources used in this research are primary data sources and secondary data. Primary data sources in this study are qualitative data sourced from @duolhogok Instagram post data and secondary data obtained from reference books on prophetic communication, rhetoric, Instagram, and other sites that are still related to this research. The data collection techniques taken in this study used observation and documentation techniques. The data that has been collected will be analyzed using the rhetoric theory of ethos, pathos, and logos as well as the prophetic theory of humanization, liberation, and transcendence values. The results of this study: (1) ethos is related to the credibility of a content creator or speaker, namely Umam and Aldy who have good credibility or ethos as a speaker with personal expertise in humor and education, (2) pathos is related to the emotional appeal of the audience in the form of *compassion, fear, anger, pride* (3) logos is related to arguments based on logical evidence or by reality in society. (4) humanization value is related to humanity in the form of reminding fellow humans and helping people in distress as a form of humanizing humans, (5) liberation is related to liberation to avoid something negative to positive, and (6) transcendence in the form of gratitude and submission to the almighty god which is marked by saying 'ya Allah'.

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

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri, mengkomunikasikan tujuan mereka dan berinteraksi satu sama lain. Salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan bahasa yaitu, termasuk faktor lingkungan tempat seseorang hidup dalam masyarakat. Hubungan antara bahasa dan masyarakat

mempunyai hubungan yang sangat erat. Dengan berkembangnya masyarakat, maka kebudayaan juga akan berkembang, karena kebudayaan merupakan cerminan masyarakat (Fujiastuti, 2014: 16)

Bahasa Jawa merupakan salah satu dari empat ratus bahasa dan dialek daerah yang ada di Indonesia. Sebagai bahasa daerah, bahasa Jawa mempunyai jumlah penutur yang relatif banyak, bahkan bisa dikatakan terbanyak diantara penutur bahasa daerah lainnya yaitu lebih dari 60 juta orang. Ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa bahasa Jawa merupakan bahasa daerah dengan jumlah penutur yang relatif banyak, bahkan bisa dikatakan paling banyak diantara penutur bahasa daerah lainnya.

Bahasa Jawa merupakan bahasa dengan banyak varian dialek. Salah satu varian dialek bahasa Jawa adalah bahasa Jawa dialek Pekalongan. Dialek Pekalongan terbagi menjadi dua, yang pertama adalah dialek perkotaan merupakan dialek utama bahasa komunikasi Kota Pekalongan. Sedangkan yang kedua dialek kabupaten dimana keragaman bahasa di kabupaten ini meliputi bahasa Jawa dengan dialek dan ciri khas yang berbeda-beda di setiap desa. Oleh karena itu, bahasa Pekalongan mempunyai beberapa varian dialek dan ciri-cirinya yang sesuai di berbagai daerah. Ragamnya bahasa Jawa dialek Pekalongan tersebar tidak hanya karena interaksi antar masyarakat secara langsung namun juga sudah diketahui dan digunakan masyarakat di media sosial.

Media sosial saat ini menjadi bentuk interaksi yang sering dilakukan masyarakat serta menjadi keseharian salah satu media sosialnya yaitu instagram. Banyak orang menggunakan Instagram tidak hanya untuk berinteraksi, tetapi juga untuk bersenang-senang. Hal ini menyebabkan munculnya akun-akun yang bertujuan untuk menghibur atau memberikan informasi yang dapat menarik lebih banyak pengikut, seperti pada akun Instagram @duolhogok merupakan sebuah akun yang mengunggah video lucu dan menarik serta edukatif dengan mempunyai pengikut berjumlah dengan kisaran 33.600 pengikut akun. Unggahannya sudah mencapai 494 unggahan (24 Januari 2024). Pada akun tersebut lebih banyak mengunggah video-video tentang content creator berbahasa jawa dialek Pekalongan sebagai bahan edukasi dan informasi bagi masyarakat. Selain itu, terdapat postingan Instagram yang memunculkan nilai-nilai retorika profetik, yaitu nilai humanisasi, nilai liberasi dan nilai transendensi.

Nilai profetik dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari atau dalam kehidupan sosial masyarakat. Nilai-nilai profetik mempunyai kaitannya dengan proses kehidupan dengan klasifikasinya, diantaranya nilai humanisasi yang mampu memberikan rasa akan kepedulian sosial memanusiakan manusia, liberasi kaitannya dengan pendidikan akal pikiran melarang tindakan kejahatan dalam kehidupan untuk mengarahkan pada tindakan positif, dan transendensi kaitannya dengan kesadaran ketuhanan atau hubungan keimanan manusia terhadap tuhan. Sedangkan retorika yaitu keahlian berkomunikasi dengan bahasa yang menjadi unsur utamanya. Retorika dalam cakupan yang lebih luas merupakan penggunaan bahasa secara tulisan maupun lisan.

Penelitian ini menarik. Jika diperhatikan, sebagian besar pengguna media sosial menggunakan bahasa Indonesia untuk semua konten yang mereka unggah ke akun Instagram. Namun akun Instagram @duolhogok berani menciptakan sesuatu yang baru dengan menggunakan bahasa Pekalongan yang diiringi sedikit humor dan edukasi. Informasi yang disampaikan dengan bahasa daerah terutama pada dialek Pekalongan melalui akun instagram mampu memberikan daya tarik tersendiri. Dari daya tarik ini, akan memberikan pengaruh dalam kehidupan bermasyarakat. Tidak hanya itu, secara tidak langsung keberadaan akun instagram @duolhogok yang menggunakan dialek Pekalongan mampu menjadi bentuk pemertahanan bahasa.

Berdasarkan penjelasan dan persoalan pada latar belakang yang telah penulis paparkan, berikut rumusan masalah yang akan dianalisis: (1) Bagaimana ragam bahasa Jawa dialek Pekalongan pada akun instagram @duolhogok? (2) Bagaimana implikasi ragam bahasa Jawa dialek Pekalongan pada akun instagram @duolhogok dalam kajian retorika profetik?. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk: (1) Mendeskripsikan ragam bahasa Jawa dialek Pekalongan pada akun instagram @duolhogok (2) Mendeskripsikan implikasi ragam bahasa Jawa dialek Pekalongan pada akun instagram @duolhogok dalam kajian retorika profetik. Anggraini & Hardiyanto (2023: 184) menjelaskan bahwa retorika adalah kemampuan berkomunikasi dalam bahasa yang unsur utamanya adalah retorika. Dalam arti luas, retorika mencakup penggunaan bahasa lisan dan tulisan. Menurut Hardiyanto (2018:59) 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 yang dapat diartikan sebagai kredibilitas, seorang individu yang mempunyai hak dalam berbicara berdasarkan kompetensi, kelayakan, dan dinamis. Pathos pembuktian bentuk emosional dari penonton atau pendengar. Logos atau disebut bukti logis. Logos harus berpegang pada rasionalitas dan logis. Kusdewanti & Hatimah (2016: 238) menyatakan bahwa adanya keberadaan profetik membentuk tiga pilar, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Humanisasi adalah sebuah tindakan memanusiaikan manusia. Liberasi dapat diartikan sebagai kebebasan bertindak dalam menghindari pengaruh negatif. Transendensi yaitu posisi manusia dalam mensyukuri dan tunduk atas kuasa tuhan yang maha esa.

METODE PENELITIAN

Penelitian reotika profetik dalam ragam dialek Pekalongan pada akun instagram @duolhogok yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian yang diteliti. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif ini berupa kata dan kalimat, bukan data numerik. Dalam penelitian ini data dideskripsikan secara deskriptif. Pengumpulan data penelitian kualitatif ini dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi dan dokumentasi. Metode ini dipilih peneliti untuk membuat deskripsi dan analisis retorika profetik

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji retorika profetik yang terkandung dalam postingan Instagram @duolhogok. Dianalisis untuk memperoleh teori retorika ethos, pathos, dan logos dan profetik yang meliputi unsur humanisasi (kemanusiaan), liberasi (pembebasan), dan transendensi (ketuhanan). Penelitian ini berfokus pada ragam dialek Pekalongan dalam sebuah konten instagram @duolhogok yang lebih lanjut berkaitan dalam retorika profetik. Penelitian ini memfokuskan dialek pekalongan dengan menyesuaikan retorika aristoteles dan teori profetik kuntowijoyo kemudian dianalisis makna yang dihasilkan dari kata-kata tersebut dan peranan dialek pekalongan.

Sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Sumber data primer penelitian adalah data kualitatif dari postingan Instagram @duolhogok.
2. Sumber data sekunder menjadi data pelengkap dalam penelitian. Sumber data sekunder berasal dari buku-buku maupun jurnal referensi mengenai profetik, retorika, Instagram, dan website-website lain yang lebih berkaitan dengan penelitian.

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 @duolhogok yang memuat retorika profetik. percakapan dalam reels tersebut akan diubah menjadi teks kemudian akan dianalisis dan disesuaikan dengan teori yang berkaitan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif interpretatif, dimana data yang diteliti diuraikan berdasarkan teori-teori terkait. Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) analisis data, dan (4) penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan retorika profetik pada isi konten Instagram @duolhogok

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

Hasil analisis profetik yang ada pada reels Instagram @duolhogok dengan judul Teo, Palango, Ya Allah Gusti, Tata cara urip neng Pekalongan, dan Mitos di Jawa sesuai dengan nilai-nilai profetik sebagai berikut.

1.1 Nilai Profetik

A. Nilai Humanisasi



Gambar 1. Postingan Reels Instagram @duolhogok

Gambar 1 merupakan postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Teo.

Nilai humanisasi pada reels Instagram @duolhogok dengan judul Teo merujuk pada narasi "... Cara penggunaan kata 'teo', nek ono wong sing dikandani angel koe kuwi o dikandani angel teo. Nah nek koe ijek jenggok nang ngarep omah terus ono lissa blackpink lewat ngomonge masha allah iki kok wong ayu teo. Nah nek koe sek jenggok nang ngarep omah terus ono sing ngaplok ndasmu nganggo gas 3 kg. Nek kuwi ora usah ngomong opo-opo mad. Langsung jeng gelut sisan nang ngarep omah wong edan nek kui" Narasi tersebut termasuk kedalam nilai humanisasi karena narasi dalam konten menunjukkan penggunaan dialek Pekalongan "teo" yang diartikan dimasyarakat sebagai kata "banget". Dalam konten tersebut "teo" ditempatkan sebagai penggunaan kalimat yang berarti ketika ada yang memberikan nasihat alangkah baiknya diperhatikan dan jangan dihiraukan atau susah untuk dinasihati,

ini menjadi bentuk perhatian kepada semua orang untuk menghargai sesama manusia dalam memberikan dan menerima suatu nasihat. Diluar apa yang dinasihati itu baik atau belum tentu bisa kita laksanakan setidaknya kita bisa menghargai dan memperhatikan ketika ada yang bernasihat kepada kita. Penggunaan “teo” berikutnya sebagai bentuk sanjungan dan kekaguman kepada sesama manusia, dimana lissa blackpink digambarkan sebagai wanita cantik.



Gambar 2. Postingan Reels Instagram @duolhogok

Gambar 2 merupakan postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Palango.

Nilai humanisasi pada reels Instagram @duolhogok dengan judul Palango merujuk pada narasi “..... Nek menurutku palango artinya ya kurang luwih jogo-jogo tapi sebenere kata yang lebih tepat untuk mendeskripsikan palango kui yo sedia payung sebelum hujan, nah kui cocok kui jane cuma kan terlalu panjang yo. Contoh penggunaan kata ‘palango’. Mad nek meh manjat gunung tak kandani gowo jaket sing akeh nek iso 17 picis palango ngerti ora. Mborao kena hipotermia ya kankan, bahaya. Nah itulah pembahasan mengenai kata palango. Kira-kira ono kata opo maneh sing cuma ono neng Pekalongan ya mad. Coba komen.” Narasi tersebut termasuk kedalam nilai humanisasi karena narasi dalam konten menunjukkan penggunaan dialek Pekalongan “palango” yang diartikan dimasyarakat sebagai kata “jaga-jaga”. Didalam konten tersebut mencontolan penggunaan “palango” sebagai bentuk perhatian ketika ada seseorang yang sedang naik gunung yang tentu bersuhu sangat dingin. Disarankan untuk menggunakan pakaian tebal, dimana dalam konten itu dibuat gurauan dengan diarahkan menggunakan kaos setebal 17 picis. Menunjukkan suatu perhatian kepada semua orang untuk selalu menjaga dirinya ketika naik gunung untuk mempersiapkan baju tebal agar tidak hipotermia. Suatu gejala kedinginan yang membahayakan ketika sedang naik gunung.

B. Nilai Liberasi



Gambar 3. Postingan Reels Instagram @duolhogok

Gambar 3 merupakan postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul tata cara urip neng Pekalongan.

Nilai liberasi pada *reels* Instagram @duolhogok dengan judul *Tata cara urip neng Pekalongan* merujuk pada narasi “*Nggo kowe cah lanang sak Indonesia pak Jumatan neng Kalongan ojo klalen gowo sajadah. Daerah kota ke masjid e akeh sing kebek melek. Ke koyo aku neng sapuro jum'at wingi. Kene ke kebek terus iki. Kowe nek telat sitik orak gowo sajadah yo kowe sujude nang krikil.*”. Narasi dalam konten menunjukkan penggunaan dialek pekalongan “kebek melek” yang diartikan dimasyarakat sebagai kata “penuh banget”. Narasi tersebut menunjukkan perilaku kepedulian terhadap jamaah sholat jum’at di Pekalongan agar selalu membawa sajadah, dikarenakan area masjid di Pekalongan ketika mengadakan sholat jum’at selalu ramai dan penuh banget dengan jamaah. Penggunaan sajadah dalam konten tersebut bukan karena suatu hal yang lumrah ketika akan sholat namun diartikan ketika keadaan masjid di Pekalongan sangat ramai, mau tidak mau pasti sholat diarea luar masjid yang bisa jadi dengan beralaskan lantai dengan batu-batu kecil atau krikil. Tentu apabila tidak membawa sajadah seseorang akan kesulitan saat sholat dan merasa terganggu sehingga membuat sholat tidak khusyuk.



Gambar 4. Postingan Reels Instagram @duolhogok

Gambar 4 merupakan postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Mitos di Jawa.

Nilai liberasi pada reels Instagram @duolhogok dengan judul Mitos di Jawa merujuk pada narasi “Jarene mad nek kowe ngetoki kuku bengi-bengi ibumu bakal mati. Terlepas mitos iku bener opo ora. Sing jelas mitos iki mengandung pesan bahwa ndewe kudu ati-ati. Bengi kui peteng nek dipeksake ngetoki kuku wedine nek ngetokine keluwihen. Berbahaya.” Narasi tersebut menunjukkan narasi dalam konten menunjukkan penggunaan dialek Pekalongan “mad” yang diartikan dimasyarakat sebagai kata sapaan seperti “bro”, “gais”, dan bisa juga “wir”. Narasi penggunaan “mad” kali ini menunjukkan liberasi karena menunjukkan perilaku kepedulian kepada masyarakat bahwa terdapat sebuah mitos kalau memotong kuku di malam hari maka ibumu akan meninggal. Dipercayai atau tidak mitos ini mengandung pesan amanat agar kita lebih berhati-hati menggunakan benda tajam di malam hari yang kalau jaman dulu minim pencahayaan. Penggunaan benda tajam ini kalau tidak hati-hati dapat membahayakan dan melukai seseorang.

C. Nilai Transendensi



Gambar 5. Postingan Reels Instagram @duolhogok

Gambar 4 merupakan postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Ya Allah Gusti.

Nilai transendensi pada reels Instagram @duolhogok dengan judul *Ya Allah Gusti* merujuk pada ungkapan “*Ya Allah Gusti nek pancen mlarat kaleh sugeh niku ujian. Tulong uji kulo ngangge sugih mawon Gusti. Kulo siap mobat mabit. Sejatine nangis neng jero mercy luwih penak ketimbang nangis neng nduwur gendeng.*” Narasi tersebut menunjukkan narasi dalam konten menunjukkan penggunaan dialek Pekalongan “mobat mabit” yang diartikan dimasyarakat sebagai kata “sangat sibuk” Konten tersebut memberikan suatu pelajaran akan kuasa Allah terutama terkait rejeki. Konten tersebut memberikan kesadaran yang membawa manusia beriman kepada Allah dengan asma Allah. Hal tersebut sesuai dengan perintah Allah untuk saling mengingatkan sesama manusia agar manusia dapat mentaati kebenaran dan kesabaran. Saling mengingatkan manusia itu suatu kegiatan berpahala yang disukai Allah dan Rasul.

1.2. Nilai Retorika

Reels akun Instagram @duolhogok tersebut pembicaranya adalah Aldy dan Umam yang diketahui sebagai *content creator* yang mampu menciptakan konten-konten yang mempunyai daya tarik karena menciptakan konten berbentuk edukasi namun juga jenaka atau humor atas komunikasi efektif yang disampaikan. Banyaknya pengikut ditambah terus menarik respon atau komentar di masyarakat menjadikan Aldy dan Umam ditempatkan kepercayaan atas karya yang diciptakan. Kepercayaan ini menjadi suatu kredibilitas yang menandakan adanya teori retorika yaitu ethos. Selain adanya teori retorika ethos terdapat juga teori retorika yaitu logos dalam narasi *reels* tersebut. Dibuktikan dengan pernyataan yang disampaikan oleh Aldy dan Umam pada *reels* tersebut dengan logis atau kesesuaian informasi yang nyata terjadi di masyarakat. Direspon dengan baik oleh netizen karena adanya kesesuaian antara informasi yang disampaikan di konten dengan apa yang terjadi di lingkungan masyarakat benar-benar sesuai sehingga menjadi daya tarik tersendiri. Jadi, konten yang disajikan Aldy dan Umam sesuai dengan fakta.

2. Penerapan retorika pada kolom komentar Instagram @duolhogok

Hasil analisis retorika yang ada pada kolom komentar reels Instagram @duolhogok dengan judul Co'e, Mundur Wir versi Pekalongan, Kotomono, Teo, Palango, sesuai dengan nilai- nilai retorika Hasil analisis retorika yang ada pada kolom komentar *reels* Instagram @duolhogok terdapat nilai- nilai retorika sebagai berikut :



Gambar 6. Komentar Reels Instagram @duolhogok

Gambar 6 merupakan komentar postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Co'e.

Ada daya tarik emosional serta ekspresi yang digunakan pembicara untuk mempersuasi audien. Penggunaan pathos terdapat pada setiap kalimat komentar yang diungkapkan dari netizen.

“aku dadi wong rantau sng kancane akeh wong jatim, pas ngomong coe do kaget ngrtine aku misuh :(“

Kalimat tersebut mengedepankan pathos dengan menggunakan daya tarik emosional yaitu *fear* atau rasa takut. Dibuktikan dengan ungkapan bahwa *followers* Instagram @duolhogok dengan nama akun

@ecaa_nm yang merasa takut penggunaan dialek Pekalongan “co’e” akan disalah artikan oleh orang Jawa Timur yang ada dilingkungannya. Dikarenakan mempunyai kesamaan kata namun arti yang berbeda.



Gambar 7. Komentar Reels Instagram @duolhogok

Gambar 7 merupakan komentar postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Mundur Wir.

“Mundur mad sainganmu jajan Ng Mall udu Ng gemek”

“Wah padahal nek diksine khas pekalongan luweh apik mundur mad, sainganmu biasa ning matahari koe ning pasar banjarsari”

“Mundur madh, manganmu model anteng udu model tingkring eaaaaaaa dw ah, edyan pok “

Berdasarkan komentar diatas reels akun instagram @duolhogok tersebut mendapatkan respon positif dari followers nya. Respon positif ini ditunjukkan dengan adanya daya tarik emosional *pride* atau rasa bangga yang mengedepankan pathos. Dibuktikan dengan komentar yang menunjukkan ketertarikan memberikan contoh yang berbeda dari isi konten @duolhogok serta adanya argumen apabila konten yang sedang viral umumnya dikenal “mundur wir” bisa lebih bagus dan keren apabila dikenal dengan “mundur mad”



Gambar 8. Komentar Reels Instagram @duolhogok

Gambar 8 merupakan komentar postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Kotomono.

“Pancen setil owg kotomono ke orak pak ongrongan puo selot bangga dadi wong pekalongan”
“Terngiang2 teo kata "kotomono" tonggoku wg sidorejo nek lagi andar mesti ono kata kotomono biso peng 100 le ngucapke kan aku dadi terkotomono”

Komentar positif juga senada diutarakan oleh followers akun Instagram @duolhogok pada reels dengan judul “kotomono”. Komentar tersebut menunjukkan daya tarik emosional pathos sebagai bentuk teori retorika. Daya tarik emosional pathos yang berupa pride atau rasa bangga ini ditunjukkan dengan rasa bangga menjadi orang Pekalongan yang mempunyai dialek “kotomono” sebagai ciri khasnya. Ditambah netizen yang lain yang mengungkapkan pengalamannya ada orang sidorejo yang sering menggunakan dialek Pekalongan “kotomono” di kesehariannya membuatnya kagum dan muncul istilah “terkotomono”.



Gambar 9. Komentar Reels Instagram @duolhogok

Gambar 9 merupakan komentar postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Teo.

"Bapakuu orang Betawi, ibu ku orang Jawa. Sekarang aku tinggal dipemalang. Udh hampir 7thn tinggal dikampung dri jaman SMA sampe kerja sekarang. Dpt temen2 yg kombinasi banyak daerah jdi bahasanya terkomputerisasi wkwk udh GK seteril lah bahasanya, buat orang2 yg emang sehari2 pke bahasa Jawa aja bakalan susah buat menerjemahkan perkataan ku karna pake bahasa campuran. Pekalongan, Pemalang, Tegal, Jakarta. Ya bisa dibayangkan lah bagaimana bahasanya. Trs aku pernah ngomong gini "njom tuku Sempol nangarep sekolah Comal, rasane enak Teo Leh langsung diguyu"

Komentar tersebut menunjukkan teori pathos yang mengedepankan unsur *compassion* merupakan rasa kasihan. Ditunjukkan dengan *followers* instagram @duolhogok dengan nama akun @haymel17 menceritakan bahwa orang tua dia berasal dari daerah yang berbeda bapak yang dari Betawi dan ibu dari Jawa tentu mempunyai latarbelakang bahasa yang berbeda pula. Dengan ditambah lingkungan yang mendorong dirinya menggunakan bahasa berbeda-beda. Membuat dirinya kasihan dengan orang sekitar karena dirinya sering menggunakan bahasa campuran dengan salah satunya menggunakan dialek Pekalongan "teo".



Gambar 10. Komentar Reels Instagram @duolhogok

Gambar 9 merupakan komentar postingan reels akun Instagram @duolhogok yang berupa reels dengan judul Palango.

"Semenjak merantau wes ra tau nganggo kata2 khas kalongan (palango, kokui, kokae, kaiki dll ra kelingan meneh) jian ruwet pas sek terbiasa kalongan tp neng luar daerah enak nganggo jowo biasa wae paling penak yo jowone semarang opo solo, neng ndi wae mesti mudeng"

kalimat tersebut mengedepankan pathos dengan menggunakan daya tarik emosional yaitu *anger* atau rasa marah terhadap keadaan. *netizen* dengan nama akun @senja.diujujng_jalan mengungkapkan rasa marah yang diluapkan dalam bentuk rasa kesal akibat dirinya belum bisa mengendalikan penggunaan bahasa sesuai tempat dan keadaan. Netizen tersebut acap kali menggunakan bahasa kebiasaan dialek Pekalongan ketika sedang merantau. Tentu ini bukan sebagai bentuk tidak suka dengan dialek Pekalongan. Namun, kebiasaan ini dapat menghambat komunikasi secara efektif dengan seseorang dilingkungannya yang berlatarbelakang bahasa jawa dialek solo atau semarang.

Reels akun instagram @duolhogok tersebut pembicaranya adalah Aldy dan Umam yang diketahui sebagai *content creator* yang mampu menciptakan konten-konten yang mempunyai daya tarik karena menciptakan konten berbentuk edukasi namun juga jenaka atau humor atas komunikasi efektif yang disampaikan. Banyaknya pengikut ditambah terus menarik respon atau komentar di masyarakat menjadikan Aldy dan Umam ditempatkan kepercayaan atas karya yang diciptakan. Kepercayaan ini menjadi suatu kredibilitas yang menandakan adanya teori retorika yaitu ethos. Selain adanya teori retorika ethos terdapat juga teori retorika yaitu logos dalam narasi *reels* tersebut. Dibuktikan dengan pernyataan yang disampaikan oleh Aldy dan Umam pada *reels* tersebut. Aldy dan Umam mengungkapkan pernyataan dengan logis atau kesesuaian informasi yang nyata terjadi di masyarakat. Direspon dengan baik oleh netizen karena adanya kesuaian antara informasi yang disampaikan di konten dengan apa yang terjadi di lingkungan masyarakat benar-benar sesuai sehingga menjadi daya tarik tersendiri. Jadi, konten yang disajikan Aldy dan Umam sesuai dengan fakta.

SIMPULAN

Simpulan yang didapat pada penelitian ini adalah terdapat retorika profetik dalam postingan reels Instagram @duolhogok. Penggunaan retorika profetik dapat diterapkan dalam penggunaan bahasa di media sosial salah satunya instagram @duolhogok yang menggunakan bahasa Jawa dialek Pekalongan yaitu *Teo, Palango, Kebek Melek, Mobat Mabit, dan Mad*. Penerapan retorika profetik pada postingan reels Instagram @duolhogok dengan tiga jenis teori retorika, yaitu ethos, pathos dan logos serta melalui tiga nilai sosial profetik, yaitu nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi.

Dilihat dari analisis teori profetik ketiga nilai profetik tersebut dapat diterapkan dalam penggunaan bahasa pada media soisal, yaitu Instagram. Postingan yang memuat nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi itu secara tidak langsung mengarahkan manusia untuk peduli akan sesama manusia, memanusiakan manusia, hingga selalu berbuat baik dan mengingat kepada Tuhan. Komentar pengguna Instagram yang menonton postingan reels Instagram @duolhogok membuktikan bahwa banyak orang yang mampu meluapkan ungkapan emosional dan pengalaman terkait penggunaan dialek Pekalongan dalam kehidupan sehari-hari.

REFERENSI

- Anggraini, M. B., & Hardiyanto, F. E. (2023). RETORIKA PROFETIK PADA WACANA INFORMATIF Di INSTAGRAM @matanajwa DAN IMPLIKASI PADA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA KD 3.5 MENGIDENTIFIKASI DALAM TEKS EDITORIAL PADA KELAS XII SMA. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 4, 183-195.
- Fujiastuti, A. (2014). RAGAM BAHASA TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR NITEN BANTUL. *Jurnal Bahastra*, 32(1), 15-33.
- Hardiyanto, F. E. (2018). RAGAM IKLAN POLITIK PILKADA JAWA TENGAH 2015 DALAM KAJIAN RETORIKA PROFETIK. PERTEMUAN ILMIAH BAHASA DAN SASTRA INDONESIA (PIBSI), 51-62.
- Kusdewanti, A. I., & Hatimah, H. (2016). Membangun Akuntabilitas Profetik. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(2), 223-2