

Strategi Retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam Kanal YouTube Merry Riana Edisi #JadiArtinya

Ni Made Melani Cahyanthi Putri¹

Kadek Wirahyuni²

I Nyoman Sudiana³

¹²³ Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

Corresponding Author/Penulis Korespondensi:

Name

melani@student.undiksha.ac.id

Abstrak

Permasalahan utama komunikasi persuasif di YouTube terletak pada konten yang kurang kontekstual serta rendahnya pemahaman kreator terhadap strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan serta mengkaji interpretasi strategi retorika tersebut dalam kanal YouTube Merry Riana edisi #JadiArtinya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi kualitatif. Data dikumpulkan melalui teknik simak catat dengan teknik lanjutan simak bebas libat catat, kemudian dianalisis menggunakan analisis data kualitatif. Rumusan masalah penelitian ini (1) Strategi Retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam Kanal YouTube Merry Riana Edisi #JadiArtinya (2) Interpretasi Strategi Retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam kanal YouTube Merry Riana Edisi #JadiArtinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 976 data tuturan yang dianalisis. Strategi *Logos* menjadi yang paling dominan dengan 362 data (37,09%), diikuti *Pathos* sebanyak 340 data (34,84%), dan *Ethos* sebanyak 274 data (28,07%). Dominasi *Logos* menunjukkan kecenderungan Merry Riana dalam menggunakan argumentasi logis dan rasional untuk memperkuat pesan persuasif. Interpretasi terhadap *Logos* memperlihatkan upaya menyeimbangkan pesan moral dengan penalaran logis sehingga audiens tidak hanya terinspirasi, tetapi juga terdorong untuk bertindak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan kajian retorika dan komunikasi digital.

Kata Kunci: *retorika Aristoteles, Ethos, Pathos dan Logos, komunikasi persuasif digital, youtube, Merry Riana*

Pendahuluan

YouTube berkembang sebagai media komunikasi persuasif berpengaruh di era digital. YouTube adalah sebuah situs daring yang menyediakan berbagai informasi dan juga menjadi wadah semua orang untuk berbagi video secara online kepada orang lain (Reynata, 2022). Namun, tidak semua konten yang bertujuan memotivasi atau memengaruhi audiens mampu membangun kepercayaan dan keterlibatan emosional secara efektif. Banyak konten kreator mengandalkan popularitas personal tanpa memperhatikan strategi retorika yang terstruktur, sehingga pesan yang disampaikan kurang memiliki daya persuasi yang kuat. Perlu ada strategi yang dilakukan sehingga konten yang diunggah dapat berimbas positif pada peningkatan jumlah engagement ataupun follower akun di sosial media (Kusuma & Prabayanti, 2022). Dalam kajian retorika klasik, Aristoteles mengemukakan tiga strategi utama persuasi, yaitu *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*. Meskipun teori ini telah banyak digunakan dalam analisis pidato dan

teks tertulis, penerapannya dalam konteks komunikasi digital, khususnya pada platform YouTube di Indonesia, masih relatif terbatas.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji penerapan retorika Aristoteles dalam konten YouTube dalam berbagai konteks. Penelitian oleh Rafif & Indriastuti (2025) berjudul "*Analisis Retorika Persuasif Aristoteles pada Konten 'Borong Bitcoin' di Channel YouTube Timothy Ronald dalam Mempersuasi Publik*" menganalisis penggunaan *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam konten edukasi investasi, serta menunjukkan bagaimana kredibilitas dan argumentasi logis dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan audiens. Sementara itu, Zulkarniani dkk., (2024) berjudul "*Teknik Retorika dalam Penguatan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di YouTube*" penelitian ini menemukan bahwa pidato Joko Widodo secara efektif memanfaatkan ketiga teknik retorika tersebut untuk mengomunikasikan pesan-pesannya kepada audiens. Penelitian lain oleh Zahara dkk. (2025) berjudul "*Ethos, Logos, Pathos dalam Pidato Anies Baswedan pada Program Desak Anies Edisi 'Warga Mataram Mendesak Anies Baswedan'*". Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh penggunaan retorika dalam pidato Anies Baswedan pada Program Desak Anies edisi "Warga Mataram Mendesak Anies Baswedan" telah terbukti dengan adanya bukti-bukti artistik dari teori retorika tersebut. Meskipun ketiga penelitian tersebut sama-sama membahas retorika dalam konteks YouTube, fokus kajiannya masih terbatas pada konten investasi, dakwah, dan edukasi, sehingga analisis mengenai integrasi *Ethos*, *Pathos* dan *Logos* dalam konten motivasi berbasis pengalaman personal, khususnya pada kanal YouTube Merry Riana edisi #JadiArtinya masih belum banyak dikaji secara mendalam.

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji penerapan retorika Aristoteles dalam konten YouTube, fokus kajian umumnya masih terbatas pada ranah investasi, komunikasi politik digital, dan retorika politik. Penelitian-penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada analisis unsur *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* tanpa menguraikan kategori konseptualnya secara lebih rinci. Penelitian terdahulu cenderung belum menampilkan distribusi kemunculan masing-masing strategi secara sistematis, sehingga kecenderungan dominasi retorika dalam suatu kanal belum tergambar secara komprehensif. Dengan demikian, analisis mengenai integrasi ketiga strategi retorika dalam konteks konten motivasi berbasis pengalaman personal dan analogi sederhana masih terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji strategi retorika dalam kanal YouTube Merry Riana edisi #JadiArtinya melalui kategorisasi yang lebih spesifik. Selain itu, penelitian ini juga menyajikan kuantifikasi kemunculan setiap kategori untuk menunjukkan kecenderungan dominasi strategi retorika secara empiris. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan metodologis dalam pengembangan kajian retorika digital.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini merumuskan dua masalah utama, yaitu: (1) bagaimana strategi retorika Aristoteles (*Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*) diterapkan dalam kanal YouTube Merry Riana edisi #JadiArtinya; dan (2) bagaimana interpretasi makna serta kecenderungan dominasi strategi retorika tersebut dalam membangun persuasi kepada audiens. Sejalan dengan itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi retorika yang digunakan serta menganalisis distribusi dan pemakaiannya dalam konteks komunikasi motivasi digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian analisis kategori yang lebih rinci terhadap indikator *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* disertai kuantifikasi kemunculan setiap kategori, sehingga menghasilkan pemetaan strategi retorika secara lebih sistematis dalam konteks konten motivasi di platform YouTube.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Walidin dkk dalam Fadli (2021) penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi (content analysis). Subjek penelitian ini adalah Merry Riana. Data penelitian berupa tuturan yang terdapat dalam konten video edisi #JadiArtinya pada Kanal YouTube Merry Riana. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode simak yang disertai teknik catat. Menurut Sudaryanto dalam Amalia dkk. (2018) metode simak adalah metode yang digunakan dalam penelitian bahasa dengan cara menyimak penggunaan bahasa pada objek yang akan diteliti. Pemilahan data menerapkan teknik *purposive sampling* sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Firmansyah & Dede (2022) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel penilaian, selektif atau subjektif, mencerminkan sekelompok teknik pengambilan sampel yang mengandalkan penilaian peneliti ketika datang untuk memilih unit (misalnya orang, kasus/organisasi, peristiwa, potongan data) yang akan dipelajari. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan model analisis Miles dan Huberman yang meliputi tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil

Hasil Strategi Retorika Aristoteles dalam Kanal YouTube Merry Riana Edisi #JadiArtinya

Berdasarkan temuan yang disajikan pada Tabel 1, penggunaan strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam kanal YouTube Merry Riana menunjukkan kecenderungan tertentu dalam membangun komunikasi persuasif. Strategi *Logos* tampak digunakan secara dominan, diikuti *Pathos*, sementara *Ethos* digunakan secara terbatas. Pola ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan lebih diarahkan pada penguatan argumen rasional dengan dukungan emosional yang selektif, bukan pada penonjolan citra diri komunikator. Ketiga strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam tuturan Merry Riana saling melengkapi dan membentuk sinergi yang kuat. Kombinasi ini menunjukkan bahwa efektivitas retorika bukan hanya terletak pada kekuatan logika atau daya tarik emosional semata, tetapi juga pada kemampuan pembicara untuk menghadirkan kredibilitas diri, rasionalitas pesan, dan kedalaman emosi secara seimbang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan retorika Merry Riana dalam edisi #JadiArtinya terletak pada kemampuannya menggabungkan ketiga aspek tersebut secara harmonis untuk menciptakan pesan yang meyakinkan, menginspirasi, dan membangkitkan semangat audiens.

Tabel 1 Hasil Analisis Retorika Aristoteles Merry Riana

No.	Strategi Retorika	Kategori	Jumlah Kemunculan	Presentase
1.	<i>Ethos</i>	Kompetensi/Keahlian	1	0,10 %
		Kejujuran/Integritas	2	0,21 %
		Karakter/Penampilan Profesional	271	27,77 %
		Total <i>Ethos</i>	274	28,07 %
2.	<i>Pathos</i>	Motivasi/Harapan	333	34,12 %
		Empati/Kepedulian	7	0,72 %
		Total <i>Pathos</i>	340	34,84 %

3.	<i>Logos</i>	Bukti Logis	56	5,74 %
		Rasionalitas	306	31,35 %
		Total <i>Logos</i>	362	37,09 %
		Total Keseluruhan	976	100%

Hasil Interpretasi Strategi Retorika dalam Kanal YouTube Merry Riana Edisi #JadiArtinya

Hasil interpretasi terhadap penerapan strategi retorika menunjukkan bahwa *Ethos*, *Pathos*, *Logos* yang digunakan Merry Riana tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dalam membangun citra komunikatifnya sebagai figur publik inspiratif di era digital, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas, nilai, dan hubungan emosional antarpembicara dan pendengar. Dengan demikian, retorika yang digunakan Merry Riana bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga refleksi dari nilai-nilai kehidupan yang ia perjuangkan dan sampaikan ke masyarakat luas. Strategi *Ethos* diinterpretasikan sebagai bentuk kredibilitas dan karakter moral. Merry Riana menampilkan dirinya sebagai sosok yang kompeten, berpengalaman, tetapi rendah hati. Strategi *Pathos* diinterpretasikan sebagai sarana pembangunan ikatan emosional dan empati antara pembicara dan audiens. Dalam retorika penggunaan gaya bahasa merupakan sarana penting untuk membangkitkan daya tarik pesan dan menumbuhkan emosi audiens. Retorika dalam media massa, termasuk iklan, memanfaatkan majas seperti metafora, simile, dan aliterasi agar pesan lebih menarik dan mudah diingat. Strategi ini dapat dikategorikan kedalam *Pathos* karena berfungsi membangkitkan perasaan dan menumbuhkan kedekatan emosional dengan audiens. Merry Riana menggunakan gaya tutur yang hangat, ekspresi lembut, serta bahasa emosional yang menumbuhkan kedekatan psikologis. Merry Riana menyertakan langkah-langkah praktis seperti contoh konkret dan pernyataan sebab akibat masuk akal dalam motivasi yang ia bawaikan. Interpretasi terhadap *Logos* menunjukkan upaya Merry Riana untuk menyeimbangkan pesan moral dengan argumentasi yang logis agar audiens terdorong tidak hanya terinspirasi, tetapi juga bertindak.

Pembahasan

Penggunaan *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* secara bersamaan mencerminkan konsep retorika Aristoteles yang menekankan keseimbangan antara logika, emosi, dan kredibilitas. Namun, dalam penelitian ini terlihat bahwa *Logos* lebih menonjol dibandingkan dengan dua strategi lainnya. Kondisi ini terjadi karena dalam kontennya Merry Riana menggunakan eksperimen dan analogi konkret setiap memulai konten yang ia sajikan. Dominasi strategi *Logos* dapat diinterpretasikan sebagai upaya komunikator dalam membangun kepercayaan audiens melalui alasan yang masuk akal dan bukti relevan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zulkarniani dkk. (2024) yang menyatakan bahwa komunikator publik dengan reputasi mapan cenderung lebih menekankan *Logos* dibandingkan dengan strategi lainnya dalam memengaruhi publik. Perbedaan intensitas penggunaan strategi retorika ini dapat membantu argumentasi menjadi kuat dan logis sehingga dapat dengan mudah diterima oleh audiens. Oleh karena itu, penggunaan *Logos* yang menonjol menunjukkan bahwa Merry Riana memosisikan dirinya sebagai komunikator yang mengedepankan rasionalitas dalam menyampaikan pesan motivasional. Dalam konten yang ia buat, Merry Riana menerapkan *Logos* berdasarkan subkategori bukti logis ditemukan sebanyak 56 data atau 5,74%. Misalnya dalam kutipan berikut:

(L.B3.V6.1) (5:56) Balon itu bisa pecah karena terkena cipratan air dari kulit jeruk

Tuturan ini termasuk ke dalam subkategori logis karena menjelaskan sebab-akibat yang dapat dibuktikan secara logis dengan demonstrasi langsung dari Merry Riana. Pada awal tuturan, Merry Riana mengajukan pertanyaan dan melakukan demonstrasi dengan balon kulit jeruk untuk membuktikan suatu pernyataan, yakni balon dapat meletus tanpa disentuh secara langsung. Demonstrasi tersebut berfungsi sebagai bukti konkret yang mengaktifkan penalaran audiens bahwa suatu peristiwa dapat terjadi melalui proses tidak langsung.

Setelah balon meletus, Merry Riana memberikan penjelasan logis bahwa balon pecah akibat cipratan air dari kulit jeruk yang bereaksi dan akhirnya menghancurkan balon, meskipun tidak terjadi sentuhan langsung. Penjelasan ini memperlihatkan alur logika yang jelas, mulai dari peristiwa, penyebab, hingga akibat. Dengan demikian, audiens diajak memahami pesan melalui proses berpikir rasional, bukan sekadar menerima pernyataan tanpa dasar. Selanjutnya, logika tersebut diperluas melalui analogi antara balon dengan diri manusia dan air jeruk dengan cibiran atau komentar negatif di media sosial. Analogi ini tetap mempertahankan pola logis sebab-akibat, yakni pengaruh buruk yang terus masuk dapat merusak kondisi psikologis seseorang apabila dibiarkan. Oleh karena itu, Merry Riana tidak hanya menyampaikan pesan moral, tetapi juga mengajak audiens berpikir secara logis tentang dampak perilaku di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa tuturan tersebut mengandung *Logos* pada subkategori logis karena didasarkan pada penalaran yang runtut dan dapat diterima akal sehat.

Penggunaan ilustrasi eksperimen sederhana seperti ini memperkuat aspek *Logos* karena membantu audiens memahami pesan melalui proses berpikir rasional. Meskipun tidak menjadi dominan dalam strategi *Logos* karena hanya ditemukan sebanyak 56 data atau 5,74%, strategi ini tetap membantu memperjelas pesan melalui penyajian hubungan sebab-akibat yang konkret. Penggunaan penalaran logis seperti ini memudahkan audiens memahami materi secara rasional, terutama ketika Merry Riana ingin menekankan bahwa setiap tindakan memiliki konsekuensi yang dapat diprediksi. Dengan demikian, meskipun frekuensinya tidak tinggi, subkategori ini tetap memiliki peran penting dalam memperkuat koherensi dan kredibilitas argumen dalam konten yang ia sampaikan.

Subkategori rasionalitas ditemukan sebanyak 306 data atau 31,35%, yang menunjukkan bahwa Merry Riana sangat menekankan penalaran langsung dan logika sederhana untuk memperkuat pesan-pesannya, seperti tampak dalam kutipan berikut.

(L.B1.V3.3) (3:50) "Semakin banyak energi, semakin banyak rezeki"

Pernyataan ini menunjukkan penggunaan pernyataan rasional yang menghubungkan sebab akibat secara sederhana tetapi efektif. Pada awal tuturan Miss Merry memperkenalkan objek konkret berupa pola pingpong dan kerikil, kemudian mengajak audiens mengamati perubahan yang terjadi ketika kedua objek tersebut dipadukan. Proses observasi ini mendorong audiens untuk memahami pesan melalui pengalaman visual yang dapat diterima secara rasional. Selanjutnya, Merry Riana membandingkan dua kondisi yang berbeda, yaitu ketika bola pingpong tertutup dan tenggelam di dalam tumpukan kerikil, serta ketika bola pingpong dapat naik ke permukaan setelah diberi air. Perbandingan ini menampilkan hubungan sebab-akibat yang jelas dan logis, sehingga audiens dapat menarik kesimpulan secara rasional tanpa harus dipengaruhi emosi semata.

Pada tuturan tersebut, Merry Riana menegaskan makna analogi dengan menyatakan bahwa pola pingpong merepresentasikan diri individu, krikil melambangkan masalah kehidupan, dan air menggambarkan energi yang dicurahkan untuk bekerja dan belajar. Penegasan ini memperkuat aspek rasionalitas karena pesan disampaikan melalui logika

yang runtut. Selain itu, struktur kalimat paralel yang digunakan “*semakin banyak... semakin banyak*” memudahkan untuk diingat dan dipahami.

Tuturan ini juga memperlihatkan bagaimana Merry Riana menyederhanakan konsep kerja keras dalam bentuk pertanyaan logis yang menggugah, sehingga pesan rasionalnya dapat diterima tanpa kesan menggurui. Di samping itu, karena ia menjadi figur publik sebagai motivator, kalimat ini juga memiliki efek motivatif karena mengandung *logical optimism* terkait gagasan bahwa rezeki bukan hanya soal keberuntungan, tetapi tentang energi yang diinvestasikan. Dengan demikian, tuturan tersebut menunjukkan keseimbangan antara rasionalitas dan motivasi kehidupan.

Penggunaan *Pathos* berada pada posisi kedua, mengindikasikan bahwa aspek emosional tetap memiliki peran penting, namun tidak menjadi strategi utama. *Pathos* dimanfaatkan untuk memperkuat pesan logis melalui penggugahan perasaan seperti harapan, empati, dan motivasi. Meskipun *Pathos* menempati posisi kedua setelah *Logos*, selisih penggunaannya tidak terpaut jauh. Hal ini menunjukkan bahwa aspek emosional memiliki peran yang hampir setara dengan aspek rasional dalam strategi komunikasi yang digunakan. Kondisi tersebut menegaskan bahwa Merry Riana tidak hanya mengandalkan logika, bukti, dan fakta semata, tetapi juga memberikan ruang yang signifikan bagi penggugahan emosi audiens dalam proses persuasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santuso (2025) mengungkapkan *Pathos* biasanya hadir melalui diksi emosional, narasi penderitaan atau keberhasilan, gambaran kontras antara realitas dan harapan, dan kisah nyata atau ilustrasi yang menyentuh hati. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Putri dkk (2023) menyatakan bahwa unsur-unsur keindahan tersebut dimunculkan dengan adanya strategi dengan menggunakan fitur linguistik seperti adanya kalimat paralel, kalimat kohesi, konjungsi korelatif, kalimat kontras, bahasa figuratif, metafora, dan kalimat denotasi dan kalimat konotasi. Sebagai seorang motivator, keseimbangan antara *Logos* dan *Pathos* menjadi strategi yang relevan dan efektif. Merry Riana terlebih dahulu membangun pemahaman audiens melalui argumentasi rasional, kemudian menguatkannya dengan sentuhan emosional yang mendorong keterlibatan emosi audiens. Dalam konten yang ia buat, terdapat dua subkategori, yakni motivasi atau harapan ditemukan sebanyak 333 data atau 34,12%. Misalnya ada dalam kutipan sebagai berikut.

(P.B4.V4.1) (6:19) *Kamu gak akan pernah bisa memenuhi potensi diri kamu*
(P.B4.V4.2) (6:22) *Kalau kamu membiarkan suara negatif yang bersik itu* (P.B4.V4.3)
(6:24) *Masuk ke telinga dan hatimu*
(P.B4.V4.4) (6:26) *Belajarlh untuk menutup diri*
(P.B4.V4.5) (6:28) *Dari hal-hal yang memberi pengaruh negatif*

Melalui analogi botol berisi air dan paku, Merry Riana membangun gambaran emosional tentang dampak negatif omongan merendahkan, kritik, dan cibiran terhadap kondisi psikologis individu. Analogi tersebut dirancang untuk memunculkan kesadaran emosional audiens terhadap rasa lelah, stres, dan kehampaan yang dapat muncul ketika suara negatif dibiarkan masuk ke dalam hati dan pikiran. Pernyataan ini menunjukkan *Pathos* yang reflektif dan protektif, di mana Merry Riana berusaha membangkitkan kesadaran emosional audiens terhadap pentingnya menjaga kesehatan mental dan spiritual. Ia tidak hanya menyampaikan pesan motivasi, tetapi juga mengajak pendengar merasakan dampak dari “suara negatif” yang mematahkan semangat. Dengan menggunakan kata-kata yang bersifat personal seperti “kamu” dan “hatimu”, Merry Riana menciptakan kedekatan emosional yang membuat pesan terasa diarahkan langsung kepada individu pendengarnya. Selain itu, Merry Riana menggunakan gaya bahasa ini

menggugah emosi karena menempatkan audiens sebagai subjek yang sedang berjuang melawan hal-hal tak terlihat tetapi berpengaruh besar terhadap diri mereka. Diksi yang digunakan Merry Riana juga memperkuat aspek *Pathos* untuk menggerakkan kesadaran batin audiens agar lebih menghargai potensi diri dan melindungi diri dari pengaruh negatif. Merry Riana berbicara sebagai sahabat sekaligus pembimbing emosional, bukan sekadar motivator.

Subkategori motivasi atau harapan menjadi unsur yang paling mendominasi dalam strategi *Pathos* karena gaya komunikasi Merry Riana secara konsisten berorientasi pada penguatan emosi positif audiens. Dalam sebagian besar tuturan yang ia sampaikan, Merry Riana berupaya membangun energi emosional berupa optimisme, dorongan untuk bangkit, dan keyakinan terhadap masa depan. Dominasi ini juga dapat dipahami sebagai strategi emosional Merry Riana sebagai motivator untuk menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Ketika Merry Riana mengajak audiens untuk percaya diri, tetap bertahan, atau melihat sisi positif dari pengalaman, ia sedang membangun respons emosional yang kuat sehingga pesan yang ia sampaikan terasa lebih personal dan relevan. Dengan demikian, tingginya kemunculan subkategori motivasi atau harapan dalam *Pathos* bukan hanya mencerminkan kecenderungan retorika Merry Riana, tetapi juga menggambarkan karakter khas kontennya yang berorientasi pada penyemangatan dan pembangunan mental positif bagi audiens.

Subkategori *Pathos* kedua yang muncul dalam analisis adalah empati atau kepedulian, dengan jumlah temuan sebanyak 7 atau 0,72% dari keseluruhan total. Meskipun jumlahnya tidak sebanyak subkategori motivasi atau harapan, keberadaan pola ini tetap signifikan karena menunjukkan bahwa Merry Riana tidak hanya berupaya membangkitkan semangat audiens, tetapi juga berusaha menjangkau perasaan mereka melalui bentuk kepedulian emosional. Misalnya ada dalam kutipan sebagai berikut.

(P.B1.V2.2) (2:18) Kamu berharga, kamu baik, kamu mampu, kamu punya talenta

Melalui analogi gelas berisi air dan tanah, Merry Riana membangun gambaran emosional yang kuat tentang relasi orang tua dan anak. Anak diibaratkan sebagai gelas sejak awal terlahir dari cinta, sementara perilaku negatif diposisikan sebagai kotoran yang mengeruhkan air. Dalam hal ini, Merry Riana mengajak audiens terutama orang tua diajak untuk memahami kondisi anak secara empatik, bukan reaktif. Tuturan tersebut menunjukkan empati atau kepedulian karena pembicara secara langsung memberikan afirmasi positif yang menegaskan nilai diri audiens. Pernyataan ini bukan sekadar memberikan motivasi umum, tetapi menunjukkan perhatian terhadap kondisi emosional yang mungkin sedang meragukan kemampuan atau harga dirinya. Melalui ungkapan tersebut, Merry Riana berusaha membangun suasana batin yang aman dan menenangkan, ia menyalurkan rasa peduli yang bersifat personal dan suportif. Strategi ini merupakan ciri khas retorika empatik, yakni menghubungkan pesan dengan kebutuhan emosional pendengar melalui pengakuan, pemahaman, dan penguatan nilai diri. Meskipun frekuensinya lebih rendah, penggunaan empati atau kepedulian ini umumnya muncul dalam tuturan-tuturan yang menyinggung beban hidup, perasaan tidak mampu, atau kerentanan manusia. Pada momen tersebut, Merry Riana seolah mengajak audiens untuk merasa didengarkan dan dipahami, sehingga pesan persuasif berikutnya dapat diterima dengan lebih mudah. Dengan demikian, meskipun bukan subkategori yang dominan, empati tetap menjadi elemen penting dalam mempertahankan kedekatan emosional dan membangun kredibilitas emosional melalui *Pathos*. Pendekatan ini memungkinkan pesan motivasi tidak hanya diterima secara intelektual, tetapi juga diinternalisasi secara emosional.

Dalam strategi *Ethos*, Merry Riana membangun kredibilitasnya melalui sikap tidak menggurui, penampilan karakter yang ramah, komunikatif, dan setara dengan audiens. Sejalan dengan itu, Hidayat (2021) Kredibilitas pada faktanya didapat karena individu tersebut mendapatkan hak untuk berbicara. Kompetensi, kelayakan, dinamis, dan landasan yang sama. Tidak lupa keahlian personal, karisma, personalitas. Pendekatan ini memungkinkan audiens merasa dihargai dan tidak berada pada posisi inferior, sehingga kepercayaan dapat terbangun secara alami. Sikap tidak menggurui tersebut mencerminkan bentuk *Ethos* yang implisit. Kredibilitas tidak dinyatakan secara langsung, tetapi ditunjukkan melalui cara bertutur dan gaya komunikasi. Selain menampilkan sikap ramah, Merry Riana menyampaikan nilai-nilai kehidupan yang diyakininya. Subkategori kompetensi/keahlian yang hanya ditemukan 1 data atau 0,10%. Adapun kutipannya sebagai berikut.

(E.B5.V1.1) (1:13) Saya yakin tidak lama lagi

Seluruh tuturan tersebut memperlihatkan penerapan *Ethos*, khususnya pada subkategori kompetensi atau keahlian, melalui kemampuan Miss Merry dalam menyampaikan pesan secara terstruktur, reflektif, dan mudah dipahami. Pada awal tuturan, Miss Merry menggunakan benda konkret berupa potongan lego sebagai media analogi untuk menjelaskan kompleksitas kehidupan. Pemilihan analogi ini menunjukkan kecakapan komunikatif pembicara dalam menghubungkan konsep abstrak dengan objek nyata, sehingga pesan dapat diterima secara jelas. Selanjutnya, Merry Riana secara sistematis mengembangkan analogi lego menjadi gambaran tentang kehidupan yang penuh dengan pilihan dan kemungkinan. Tuturan yang menekankan pentingnya kejelian, kesabaran, dan ketekunan mencerminkan penguasaan materi serta kemampuan menyusun pesan secara runtut dan logis. Penyampaian yang terarah ini memperlihatkan keahlian pembicara dalam membimbing audiens untuk memahami makna pesan tanpa menimbulkan kebingungan.

Pada bagian penutup, Miss Merry mengarahkan untuk melakukan refleksi diri, belajar dari kesalahan, serta tetap bersyukur dan tekun dalam proses membangun kehidupan. Hingga pada menit (1.13) menunjukan kompetensi pembicara dalam mengelola alur pesan dari pengenalan, pengembangan, hingga penegasan makna. Dengan demikian, melalui penggunaan analogi yang tepat, struktur penyampaian yang jelas, dan kedalaman makna penyampaian, Miss Merry membangun *Ethos* pada subkategori kompetensi atau keahlian sebagai komunikator yang kredibel dan berpengalaman.

Subkategori Kejujuran/Integritas Merry Riana memang jarang menggunakan pola retorika ini dalam konten yang ia produksi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi retorika tersebut bukan merupakan fokus utama dalam gaya komunikasi yang biasa ia gunakan. Subkategori kejujuran atau integritas yang hanya ditemukan 2 data atau 0,21%. Adapun kutipannya sebagai berikut.

(E.B1.V1.3) (0:58) Syukuri rezekimu, dan berterima kasihlah atas apa yang Tuhan sudah berikan di dalam hidupmu

(E.B1.V1.4) (1:04) Ingat, membandingkan adalah pencuri kebahagiaan

Pada subkategori kejujuran dan integritas, Merry Riana mengajak audiens untuk merefleksikan perasaan jujur dan realistis. Pada awal tuturan, Merry Riana mengajukan pertanyaan sederhana tentang pemberian uang untuk memunculkan respons emosional yang spontan dan apa adanya. Ketika audiens diminta untuk mengakui perasaan kecewa karena merasa tidak adil. Merry Riana secara eksplisit menekankan pentingnya kejujuran dalam mengungkapkan emosi tanpa manipulasi atau penyangkalan. Selanjutnya, Miss

Merry tidak membenarkan rasa iri tersebut, melainkan mengarahkan untuk menyadari perubahan perasaan yang terjadi akibat perasaan membandingkan diri dengan orang lain. Sikap ini mencerminkan integritas pembicara karena ia menyampaikan pesan moral secara konsisten, logis, dan bertanggung jawab, tanpa mengeksploitasi emosi audiens. Nasihat yang disampaikan, seperti ajakan untuk bersyukur dan menghindari iri hati menunjukkan keselarasan.

Tuturan ini menunjukkan keahlian, pengalaman, dan memberikan instruksi teknis. Dua tuturan tersebut menunjukkan nilai moral yang Merry Riana pegang. Tuturan tersebut berisi nilai moral yang bersifat universal dan tidak manipulatif. Integritas bukan hanya tentang apa yang dikatakan dalam satu momen, tetapi keselarasan hidup pembicara secara keseluruhan. Ketika ia menyampaikan pesan ini, itu konsisten dengan karakter publiknya. Dalam retorika, konsistensi = integritas. Integritas Merry Riana dapat dilihat dari nilai, konsistensi, serta ketulusan. Subkategori ini juga hanya muncul 2 data karena memang bukan pola Merry Riana menyampaikan pesan dengan cara ini. Selain itu, subkategori ini juga hanya muncul 2 data, bukan karena Merry Riana tidak menonjolkan nilai kejujuran dan integritas, tetapi karena pada bagian video yang dianalisis, fokus tuturannya lebih diarahkan pada bentuk *Ethos* lainnya, seperti karakter atau penampilan profesional yang menjadi dominasi dalam strategi *Ethos*. Dalam segmen video yang menjadi sampel penelitian ini, pola tersebut tidak muncul secara intensif.

Dalam strategi *Ethos*, subkategori karakter atau penampilan profesional justru menjadi tuturan yang paling banyak digunakan Merry Riana dalam konten yang ia buat. Ditemukan 271 data atau 27,77%. Misalnya ada dalam kutipan sebagai berikut.

(6:45) *Ini apa?*

(6:47) *Koin*

(6:47) *Ini apa?*

(6:48) *Wadah isi air*

(6:49) *Sekarang saya ingin kamu menaruh koin ini mengambang di wadah air seperti ini*

(6:59) *Coba lagi*

(7:01) *Wah, nggak bisa Miss Merry*

(E.B10.V7.8) (7:04) *Oke, sekarang saya akan tunjukkan caranya*

(7:11) *Bisa kan?*

Tuturan tersebut menunjukkan bagaimana Merry Riana membangun *Ethos* khususnya subkategori karakter atau penampilan profesional, melalui cara penyampaian dan sikap yang ditampilkan saat berinteraksi dengan audiens. Pada awal video, Miss Merry mengajukan pertanyaan sederhana seperti “*Ini apa?*” dan “*Sekarang saya ingin kamu menaruh koin ini mengambang di wadah air*”, yang disampaikan dengan nada komunikatif dan ramah. Sikap ini mencerminkan karakter pendidik yang sabar, terbuka, dan mampu menciptakan suasana interaksi yang nyaman bagi pendengar.

Ketika audiens menyatakan ketidakmampuan untuk melaksanakan instruksi tersebut, “*Wah, nggak bisa Miss Merry*”, Miss Merry tidak menunjukkan sikap menghakimi, melainkan merespons secara positif dengan mengatakan akan menunjukkan caranya: “*Oke, sekarang saya akan tunjukkan caranya*”. Tindakan ini memperlihatkan karakter profesional yang suportif dan solutif, karena pembicara tidak hanya memberikan tantangan, tetapi juga memberikan bimbingan yang jelas.

Tuturan tersebut menegaskan bahwa ia tidak berbicara dari teori semata, melainkan dari pengalaman pribadi yang autentik. Dengan membagikan kisah nyata perjuangannya, ia membangun *Ethos* berdasarkan kredibilitas yang lahir dari pengalaman hidup. Merry Riana konsisten menerapkan pola dengan memosisikan diri sebagai figur yang tidak

hanya berbicara, tetapi juga memberi contoh langsung dan mengarahkan audiens untuk bertindak nyata. Kutipan ini memperlihatkan konsistensi gaya komunikasi Merry Riana yang menggunakan analogi atau contoh konkret, kemudian mengajak audiens untuk menerapkannya sendiri. Strategi tersebut menghubungkan ide abstrak dengan pengalaman sehari-hari serta secara tidak langsung membangun kredibilitas Merry Riana sebagai motivator. *Ethos* tetap penting untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan pembaca terhadap penulis, tetapi tanpa argumen yang logis dan berbasis bukti, kredibilitas tersebut tidak akan cukup untuk meyakinkan audiens yang berpengetahuan. Hal ini sejalan dengan temuan Isa (2024) *Ethos* merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata pemilih. Ketegasan ini berfungsi sebagai penegasan prinsip moral dan pandangan hidup yang konsisten, sehingga memperkuat persepsi audiens terhadap integritas komunikator. Dengan demikian, *Ethos* hadir secara tidak langsung melalui gaya komunikasi dan cara penyampaian pesan.

Secara keseluruhan, kombinasi strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* memperkuat posisi Merry Riana sebagai motivator yang persuasif, rasional, dan dipercaya oleh audiens. Dengan perpaduan ketiga strategi tersebut, Merry Riana mampu membangun komunikasi motivasional yang efektif dan berkelanjutan dalam membentuk kepercayaan serta keterikatan audiens.

Simpulan

Penggunaan strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, *Logos* dalam kanal YouTube Merry Riana mencerminkan penerapan konsep retorika Aristoteles secara seimbang. Strategi *Logos* menjadi strategi yang paling menonjol melalui penyampaian logika, bukti, dan analogi konkret yang menunjukkan upaya membangun kepercayaan audiens secara rasional. Strategi *Pathos* menandakan bahwa aspek emosional memiliki peran hampir setara dengan rasionalitas dalam memperkuat pesan motivasional agar tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diinternalisasi secara emosional. Sementara itu, *Ethos* hadir secara implisit melalui gaya komunikasi yang ramah, tidak menggurui, serta ketegasan dalam menyampaikan nilai-nilai kehidupan, sehingga kredibilitas terbangun secara alami.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi berbagai pihak. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam memahami penerapan strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam komunikasi digital, sekaligus mengembangkan keterampilan berbicara persuasif yang santun, empatik, dan efektif sesuai karakter komunikasi abad ke-21. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan kajian dengan cakupan yang lebih luas, baik melalui analisis konten lain maupun dengan menggabungkan pendekatan interdisipliner. Bagi praktisi komunikasi konten kreator, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya keseimbangan antara kredibilitas, emosi dan logika dalam membangun pesan persuasif yang edukatif dan inspiratif. Terakhir, bagi masyarakat dan audiens digital, penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan sikap kritis dalam memahami pesan motivasi, sehingga audiens mampu menilai pesan secara rasional, reflektif, dan bermakna.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya ucapkan kepada Universitas Pendidikan Ganesha atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik. Dukungan institusi dalam bentuk lingkungan akademik kondusif, akses sumber daya dan dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, saran serta motivasi dalam penyusunan penelitian artikel ini.

Daftar Pustaka

- Amalia, F., Hartono, B., & Utami, S. P. T. (2018). Konjungsi Wacana Bahasa Indonesia pada Wacana Media Tulis (Online), Buku Teks (Pelajaran), dan Artikel Ilmiah. *Jurnal Sastra Indonesia*, 7(1), 73–80. <https://doi.org/10.15294/jsi.v7i1.29819>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Hidayat, S. (2021). *Analisis Retorika Gibran Rakabuming Pada Panggung Debat Pilwalkot Solo 2020*. 20(2), 61–69.
- Isa, A. (2024). Retorika Prabowo Subianto dalam Debat Pertama Pemilihan Presiden 2024. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 16(2), 143–167. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v16i2.5492>
- Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). Content Creator Yang Berkarakter Berdasarkan Analisis Video Youtube Ningsih Tinampi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 210–225.
- Putri, Y., Ernanda, & Putra, Y. M. (2023). Retorika dalam Pidato Anies Baswedan di Youtube Tahun 2017-2022. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 2(2), 161–171. <https://doi.org/10.22437/kalistra.v2i2.23273>
- Rafif, R. H., & Indriastuti, Y. (2025). Analisis Retorika Persuasif Aristoteles pada Konten “Borong Bitcoin” di Channel YouTube Timothy Ronald dalam Mempersuasi Publik. *R Eslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 7(2), 511–529.
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101.
- Santuso, S. (2025). Strategi Retorika pada Buletin Dakwah Kaffah: Analisis Ethos, Pathos, dan Logos pada Wacana Masalah Sosial. *EDUSOS: Jurnal Edukasi Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 52–61. <https://doi.org/10.62330/edusos.v1i02.406>
- Zahara, R., Rahmayanti, A., Roihanah, A. N., & Hindun. (2025). Ethos, Logos, Pathos dalam Pidato Anies Baswedan pada Program Desak Anies Edisi “Warga Mataram Mendesak Anies Baswedan.” *Jurnal Bastra*, 9(4), 837–848. <https://bastra.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/1038>
- Zulkarniani, S., Mardiningsih, & Sugianti. (2024). Teknik Retorika dalam Penggunaan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di YouTube. *Tamaddun Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 02(2), 81–87.