



Retorika pada Akun Instagram @Jerome Polin dalam Membangun Citra Diri Edukatif dan Inspiratif

Alviana Heranamawanti Irawan^{1*}, Desma Yuliadi Saputra², Rina Andriani³

¹⁻³Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Bina Bangsa, Serang, Banten, Indonesia

*Penulis Korespondensi: alvianahera@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze rhetoric on the social media account @JeromePolin in constructing an educational and inspirational self-image. The study employed a qualitative approach with a descriptive method. The data consisted of video uploads, captions, and visual communication on the @JeromePolin account selected purposively. Data collection techniques included observation and documentation, while data analysis used Aristotle's rhetorical theory consisting of ethos, pathos, and logos. The findings show that the ethos element is reflected through academic credibility, consistency in educational content, and an authentic communication style that strengthens audience trust. The pathos element appears through personal narratives, humor, and motivational messages that create emotional closeness and engagement with audiences, making the communication more relatable and persuasive. Meanwhile, the logos element is demonstrated through logical, systematic, and understandable educational content delivery that helps audiences easily grasp complex information. The integration of these rhetorical elements forms an effective persuasive communication strategy in constructing Jerome Polin's self-image as an educational and inspirational figure on social media. Overall, the combination of ethos, pathos, and logos shows how digital communication can shape public perception and reinforce the role of social media influencers in promoting educational values in contemporary society.*

Keywords: *Digital Rhetoric; Ethos; Pathos; Self-Image; Social Media.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika pada akun media sosial @JeromePolin dalam membangun citra diri yang edukatif dan inspiratif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data terdiri dari unggahan video, keterangan (*caption*), dan komunikasi visual pada akun @JeromePolin yang dipilih secara purposif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan teori retorika Aristoteles yang terdiri dari ethos, pathos, dan logos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur ethos tercermin melalui kredibilitas akademik, konsistensi dalam konten edukatif, serta gaya komunikasi yang autentik yang memperkuat kepercayaan audiens. Unsur pathos muncul melalui narasi personal, humor, dan pesan motivasi yang menciptakan kedekatan emosional serta keterlibatan dengan audiens sehingga komunikasi menjadi lebih relevan dan persuasif. Sementara itu, unsur logos ditunjukkan melalui penyampaian konten edukatif yang logis, sistematis, dan mudah dipahami yang membantu audiens menangkap informasi yang kompleks dengan lebih mudah. Integrasi ketiga unsur retorika tersebut membentuk strategi komunikasi persuasif yang efektif dalam membangun citra diri Jerome Polin sebagai figur edukatif dan inspiratif di media sosial. Secara keseluruhan, kombinasi ethos, pathos, dan logos menunjukkan bagaimana komunikasi digital dapat membentuk persepsi publik serta memperkuat peran *influencer* media sosial dalam mempromosikan nilai-nilai pendidikan di masyarakat kontemporer.

Kata Kunci: Citra Diri; *Ethos*; Media Sosial; Pathos; Retorika Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan, terutama dalam proses produksi dan distribusi informasi di ruang digital. Media sosial tidak lagi berfungsi hanya sebagai sarana interaksi personal, tetapi juga menjadi ruang publik yang memungkinkan individu membangun identitas, menyampaikan opini, dan membentuk citra diri di hadapan khalayak. Kondisi tersebut ditandai dengan meningkatnya peran figur publik dan kreator konten dalam memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi yang persuasif dan interaktif. Menurut Nasrullah (2017), media sosial

memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri sekaligus membangun relasi sosial secara virtual melalui pertukaran informasi yang berlangsung secara terus-menerus. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki posisi strategis dalam pembentukan persepsi publik terhadap identitas seseorang sekaligus menjadi ruang retorik baru dalam praktik komunikasi digital.

Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, juga mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Platform ini tidak hanya menjadi sarana hiburan dan ekspresi diri, tetapi telah berkembang menjadi alat komunikasi yang dominan di kalangan masyarakat Indonesia (Andriani, Saputra, & Fauzi, 2024). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa media sosial kini memiliki pengaruh besar terhadap pola komunikasi, pembentukan opini, dan cara individu merepresentasikan dirinya di ruang digital. Tingginya intensitas penggunaan media sosial menyebabkan kreator konten memiliki posisi strategis sebagai komunikator digital yang mampu memengaruhi cara pandang dan perilaku audiens, terutama generasi muda yang aktif mengakses platform digital dalam kehidupan sehari-hari.

Peningkatan penggunaan media sosial di Indonesia semakin memperkuat pengaruh kreator konten terhadap masyarakat, khususnya generasi muda. Berdasarkan laporan APJII tahun 2024, penetrasi internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dan didominasi oleh kelompok usia produktif yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya aktivitas digital tersebut menyebabkan media sosial menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi, hiburan, hingga motivasi belajar. Akan tetapi, perkembangan media sosial juga diikuti dengan munculnya persoalan terkait kualitas konten digital. Tidak sedikit konten yang lebih menonjolkan sensasi, hiburan instan, dan popularitas dibandingkan substansi informasi yang edukatif. Konten yang viral umumnya dibangun melalui dramatisasi, hiperbola, dan strategi komunikasi yang lebih berorientasi pada peningkatan *engagement* daripada kualitas pesan. Kondisi tersebut menyebabkan ruang digital dipenuhi konten yang cenderung dangkal dan minim nilai edukasi.

Selain persoalan kualitas konten, perkembangan teknologi dan globalisasi juga mendorong munculnya ragam bahasa baru di media sosial yang sering kali mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa asing maupun bahasa gaul. Fenomena tersebut menyebabkan menurunnya kesadaran penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam situasi tertentu (Andriani, Saputra, & Fauzi, 2024). Dalam konteks media sosial, penggunaan bahasa menjadi bagian penting dari strategi komunikasi karena bahasa tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk citra diri komunikator di hadapan audiens. Oleh karena itu, kreator konten dituntut mampu menggunakan bahasa yang komunikatif,

menarik, sekaligus tetap memperhatikan nilai edukatif agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh masyarakat.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga arena kompetisi simbolik untuk memperoleh perhatian publik. Persaingan yang tinggi di media sosial mendorong banyak kreator konten untuk mengikuti tren viral demi mempertahankan eksistensi digital mereka. Menurut Bungin (2015), perkembangan media digital telah menciptakan budaya komunikasi yang sangat bergantung pada kecepatan informasi dan daya tarik visual sehingga pesan yang sensasional cenderung lebih mudah diterima masyarakat dibandingkan pesan yang bersifat informatif dan edukatif. Akibatnya, konten edukatif sering kali kalah bersaing dengan konten hiburan yang bersifat instan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi kreator konten edukatif untuk tetap mampu menarik perhatian audiens tanpa kehilangan kualitas substansi pesan yang disampaikan.

Selain itu, karakteristik media sosial yang interaktif membuat hubungan antara komunikator dan audiens menjadi lebih terbuka dan partisipatif. Audiens tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga aktif memberikan respons, komentar, dan penilaian terhadap konten yang dipublikasikan. Kaplan dan Haenlein (2010) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang membangun kedekatan antara komunikator dan audiens secara lebih intens dibandingkan media konvensional. Kondisi tersebut menjadikan citra diri seorang kreator konten dibentuk secara dinamis melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus di ruang digital. Oleh karena itu, keberhasilan seorang kreator konten tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengikut atau tingkat popularitas, tetapi juga oleh kemampuan membangun kredibilitas, kedekatan emosional, dan kepercayaan audiens secara konsisten.

Dalam konteks komunikasi digital, retorika menjadi aspek penting untuk memahami bagaimana pesan dikonstruksi dan disampaikan kepada audiens. Retorika tidak hanya berkaitan dengan kemampuan berbicara, tetapi juga mencakup strategi penggunaan bahasa dan simbol untuk memengaruhi khalayak. Aristoteles menjelaskan bahwa retorika dibangun melalui tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Aristotle, 2007). *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas komunikator, *pathos* berkaitan dengan kemampuan membangun emosi audiens, sedangkan *logos* berkaitan dengan logika dan argumentasi dalam penyampaian pesan. Ketiga unsur tersebut menjadi fondasi penting dalam komunikasi media sosial karena kreator konten dituntut untuk mampu menghadirkan pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan menarik perhatian audiens digital. Sejalan dengan hal tersebut, Effendy (2011)

menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam membangun kepercayaan khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

Salah satu kreator konten yang menarik dikaji dalam konteks retorika media sosial adalah Jerome Polin. Jerome Polin dikenal sebagai kreator konten yang konsisten menghadirkan konten edukatif, khususnya dalam bidang pendidikan dan matematika, dengan gaya komunikasi yang ringan, komunikatif, dan menghibur. Konten yang diproduksi tidak hanya menampilkan kemampuan akademik, tetapi juga dikemas melalui pendekatan yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Strategi tersebut menjadikan materi edukasi lebih mudah dipahami dan menarik perhatian audiens. Di tengah dominasi konten hiburan dan tren viral di media sosial, keberadaan Jerome Polin menunjukkan bahwa konten edukatif tetap memiliki daya tarik apabila dikemas melalui strategi komunikasi yang efektif.

Keberhasilan Jerome Polin dalam membangun citra diri sebagai figur edukatif dan inspiratif memperlihatkan adanya praktik retorika digital yang terstruktur. Kredibilitasnya dibangun melalui identitas akademik dan konsistensi konten edukasi yang diproduksi. Di sisi lain, kedekatan emosional dengan audiens dibangun melalui penggunaan bahasa yang santai, humoris, dan relevan dengan kehidupan generasi muda. Selain itu, penyampaian materi dilakukan secara sederhana dan logis sehingga mudah dipahami audiens. Menurut Mulyana (2015), komunikasi yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan hubungan dan keterlibatan emosional antara komunikator dan komunikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* hadir secara simultan dalam strategi komunikasi Jerome Polin di media sosial.

Citra diri edukatif yang dibangun Jerome Polin juga menunjukkan adanya transformasi figur publik digital di era media baru. Jika sebelumnya figur publik lebih banyak dibentuk melalui media massa konvensional seperti televisi dan surat kabar, media sosial kini memungkinkan individu membangun popularitas secara mandiri melalui produksi konten digital. McQuail (2011) menyatakan bahwa media baru memberikan peluang kepada individu untuk menjadi produsen sekaligus distributor pesan tanpa bergantung pada institusi media tradisional. Dalam konteks tersebut, Jerome Polin berhasil memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk membangun identitas digital yang konsisten melalui konten edukatif dan inspiratif. Konsistensi tersebut menjadi penting karena citra diri di media sosial dibentuk melalui representasi yang diproduksi secara terus-menerus dan dipertahankan dalam jangka panjang.

Di sisi lain, keberhasilan Jerome Polin dalam membangun citra diri positif juga menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana literasi dan edukasi publik. Konten-konten yang disampaikan tidak hanya berisi hiburan, tetapi juga mengandung

pesan motivasi belajar, disiplin, dan pengembangan diri yang relevan dengan kehidupan generasi muda. Media sosial dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai medium penyebaran nilai dan pengetahuan kepada masyarakat luas. Dengan demikian, keberadaan kreator konten edukatif memiliki peran penting dalam menciptakan ekosistem media digital yang lebih produktif dan inspiratif bagi audiens muda.

Meskipun penelitian mengenai media sosial dan komunikasi digital terus berkembang, kajian yang secara khusus membahas retorika digital pada kreator konten edukatif di Indonesia masih relatif terbatas. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada *personal branding*, komunikasi pemasaran digital, dan pengaruh media sosial terhadap perilaku audiens. Misalnya, penelitian Permana dan Abdullah (2020) menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam pembentukan *personal branding* figur publik digital, namun penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek pencitraan dibandingkan analisis retorika komunikasi. Di sisi lain, kajian retorika digital masih banyak didominasi penelitian komunikasi politik dan pemasaran sehingga pembahasan mengenai strategi retorika kreator edukatif di media sosial belum banyak dilakukan.

Selain itu, penelitian mengenai figur publik digital umumnya lebih menekankan pada tingkat popularitas, jumlah pengikut, atau *engagement* audiens, tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana unsur retorika digunakan dalam membangun citra diri di ruang digital. Padahal, setiap unggahan, pilihan bahasa, visual, hingga pola interaksi dengan audiens merupakan bagian dari strategi komunikasi yang membentuk persepsi publik terhadap identitas kreator konten. Dalam perspektif Goffman (1959), individu melakukan *self-presentation* atau presentasi diri untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan orang lain. Konsep tersebut menjadi semakin relevan dalam era media sosial karena identitas digital dibangun melalui representasi yang diproduksi secara sadar dan berulang. Oleh karena itu, analisis retorika terhadap akun media sosial Jerome Polin menjadi penting untuk memahami bagaimana strategi komunikasi digunakan dalam membangun citra diri edukatif dan inspiratif di ruang digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait kajian retorika digital pada kreator konten edukatif di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis retorika pada akun media sosial @JeromePolin dalam membangun citra diri edukatif dan inspiratif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian retorika digital dan komunikasi media sosial, khususnya terkait strategi pembentukan citra diri figur publik digital di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis retorika pada akun media sosial @JeromePolin dalam membangun citra diri edukatif dan inspiratif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman makna, strategi komunikasi, dan konstruksi pesan yang terdapat dalam konten media sosial. Moleong (2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata pada konteks yang alamiah. Sementara itu, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis bentuk penggunaan retorika dalam unggahan media sosial yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2022).

Objek penelitian ini adalah konten unggahan pada akun media sosial Jerome Polin yang memuat pesan edukatif dan inspiratif. Data penelitian berupa unggahan video, caption, dan bentuk komunikasi visual yang dipilih secara purposif berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian, seperti konten yang menunjukkan unsur motivasi belajar, komunikasi persuasif, dan interaksi dengan audiens. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi terhadap unggahan media sosial yang relevan dengan penelitian. Menurut Arikunto (2019), dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa dokumen, gambar, maupun arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis retorika dengan berpijak pada teori retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga unsur tersebut digunakan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan Jerome Polin dalam membangun citra diri edukatif dan inspiratif di media sosial. Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interpretatif. Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus hingga diperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini menguraikan hasil analisis retorika pada akun media sosial @JeromePolin berdasarkan teori retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Analisis dilakukan terhadap konten edukatif dan inspiratif yang diunggah Jerome Polin untuk melihat bagaimana strategi komunikasi digunakan dalam membangun citra diri sebagai figur edukatif di media sosial. Dalam konteks komunikasi digital, retorika tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa verbal, tetapi juga mencakup representasi visual, gaya komunikasi,

interaksi dengan audiens, serta konsistensi identitas digital yang dibangun melalui media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang retorik baru yang memungkinkan figur publik membangun pengaruh dan legitimasi melalui praktik komunikasi yang persuasif.

Retorika *Ethos* dalam Membangun Kredibilitas Edukatif

Dalam teori Aristoteles, *ethos* berkaitan dengan karakter, kredibilitas, dan kepercayaan komunikator di mata audiens (Aristotle, 2007). Kredibilitas menjadi aspek penting dalam komunikasi persuasif karena audiens cenderung menerima pesan dari komunikator yang dianggap memiliki kompetensi dan integritas. Dalam konteks media sosial, *ethos* tidak hanya dibangun melalui kemampuan berbicara, tetapi juga melalui representasi identitas, konsistensi pesan, dan interaksi komunikator dengan audiens. Menurut Effendy (2011), keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator membangun kepercayaan khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa unsur *ethos* pada akun Jerome Polin tampak kuat melalui penonjolan identitas akademik, pengalaman belajar, dan konsistensi dalam memproduksi konten edukatif. Jerome Polin sering merepresentasikan dirinya sebagai mahasiswa berprestasi yang aktif belajar dan berbagi pengetahuan kepada audiens. Representasi tersebut membangun persepsi publik bahwa Jerome Polin memiliki kompetensi dan kapasitas sebagai komunikator edukatif. Kredibilitas tersebut diperkuat melalui konsistensi unggahan yang berfokus pada pendidikan, matematika, motivasi belajar, dan pengembangan diri.

Selain itu, *ethos* juga dibangun melalui gaya komunikasi yang sederhana, santai, dan tidak menggurui. Penggunaan bahasa yang komunikatif membuat audiens merasa lebih dekat dan nyaman dalam menerima pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas tidak selalu dibangun melalui formalitas, tetapi juga melalui kesan autentik dan relevansi dengan kehidupan audiens. Dalam perspektif Goffman (1959), individu melakukan *self-presentation* untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan publik. Dalam hal ini, Jerome Polin membangun citra diri sebagai figur edukatif yang cerdas, rendah hati, dan dekat dengan generasi muda melalui representasi dirinya di media sosial. Dengan demikian, unsur *ethos* pada akun @JeromePolin tidak hanya memperkuat kepercayaan audiens, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam pembentukan citra diri edukatif.

Retorika *Pathos* dalam Membangun Kedekatan Emosional dan Inspirasi

Pathos dalam retorika Aristoteles berkaitan dengan kemampuan komunikator membangkitkan emosi audiens sebagai bagian dari proses persuasi. Emosi memiliki peran

penting dalam komunikasi media karena mampu menciptakan keterlibatan dan hubungan simbolik antara komunikator dan audiens. Mulyana (2015) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan keterhubungan emosional antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks media sosial, aspek emosional menjadi penting karena audiens cenderung lebih tertarik pada konten yang relevan dengan pengalaman dan kehidupan mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur *pathos* pada akun @JeromePolin diwujudkan melalui narasi pengalaman pribadi, kisah perjuangan akademik, serta pesan motivasional yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Jerome Polin tidak hanya menyampaikan materi edukatif, tetapi juga membagikan pengalaman belajar, tantangan akademik, dan proses pengembangan diri yang pernah dialaminya. Pendekatan tersebut membuat audiens merasa terhubung secara emosional karena melihat Jerome Polin sebagai sosok yang realistis dan *relatable*. Kedekatan emosional tersebut semakin diperkuat melalui penggunaan humor, ekspresi visual yang positif, serta gaya komunikasi yang optimistis dan interaktif.

Selain berfungsi menarik perhatian, unsur *pathos* juga berperan dalam membangun citra inspiratif pada diri Jerome Polin. Pesan-pesan motivasi belajar yang disampaikan mampu menciptakan harapan dan dorongan psikologis bagi audiens untuk lebih semangat dalam belajar dan mengembangkan diri. Dalam perspektif komunikasi digital, keterlibatan emosional menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas audiens terhadap figur publik di media sosial. Kaplan dan Haenlein (2010) menyatakan bahwa karakteristik media sosial yang interaktif memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih dekat antara komunikator dan audiens. Oleh karena itu, penggunaan *pathos* pada akun @JeromePolin tidak hanya menciptakan kedekatan emosional, tetapi juga memperkuat citra diri sebagai figur inspiratif yang mampu memotivasi generasi muda.

Retorika *Logos* dalam Penyampaian Pesan Edukatif

Unsur *logos* dalam retorika berkaitan dengan penggunaan logika, argumentasi, dan rasionalitas dalam penyampaian pesan. Aristoteles menempatkan *logos* sebagai aspek penting dalam persuasi karena pesan yang logis lebih mudah diterima dan dipercaya oleh audiens. Dalam konteks komunikasi edukatif, *logos* menjadi elemen utama karena informasi yang disampaikan harus memiliki kejelasan, sistematika, dan relevansi agar mudah dipahami audiens.

Hasil analisis menunjukkan bahwa unsur *logos* pada akun @JeromePolin terlihat melalui penyampaian materi edukasi yang terstruktur, sederhana, dan mudah dipahami. Jerome

Polin menggunakan contoh konkret, penjelasan bertahap, serta bahasa yang komunikatif dalam menjelaskan materi, khususnya pada konten matematika dan pembelajaran. Strategi tersebut membuat materi yang dianggap sulit menjadi lebih sederhana dan menarik bagi audiens muda. Selain itu, penggunaan ilustrasi visual dan pendekatan kontekstual membantu audiens memahami pesan secara lebih rasional dan sistematis.

Penggunaan *logos* pada akun @JeromePolin menunjukkan bahwa komunikasi edukatif di media sosial memerlukan kemampuan menyederhanakan informasi tanpa menghilangkan substansi pesan. Hal tersebut sejalan dengan pandangan McQuail (2011) yang menyatakan bahwa media baru memungkinkan penyebaran informasi secara lebih fleksibel dan interaktif sehingga komunikator dituntut mampu menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens digital. Dengan demikian, unsur *logos* pada konten Jerome Polin tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga memperkuat kredibilitas komunikator dan meningkatkan pemahaman audiens terhadap materi edukatif yang disampaikan.

Integrasi *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam Pembentukan Citra Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan retorika pada akun @JeromePolin terletak pada integrasi antara *ethos*, *pathos*, dan *logos* secara seimbang dalam setiap konten yang diproduksi. *Ethos* membangun kredibilitas dan kepercayaan audiens terhadap identitas Jerome Polin sebagai figur edukatif, *pathos* menciptakan kedekatan emosional dan inspirasi bagi audiens, sedangkan *logos* memperkuat rasionalitas dan kualitas informasi yang disampaikan. Integrasi ketiga unsur tersebut menghasilkan komunikasi yang persuasif, efektif, dan relevan dengan karakteristik audiens media sosial, khususnya generasi muda.

Kombinasi ketiga unsur retorika tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan Jerome Polin dalam membangun citra diri tidak hanya didasarkan pada popularitas, tetapi juga pada konsistensi pesan, autentisitas komunikasi, dan relevansi konten dengan kebutuhan audiens. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa retorika klasik Aristoteles masih relevan digunakan dalam memahami praktik komunikasi digital kontemporer. Media sosial sebagai ruang komunikasi baru tidak menghilangkan prinsip-prinsip dasar persuasi, melainkan menghadirkan bentuk baru dalam praktik retorika melalui integrasi bahasa, visual, dan interaksi digital.

Selain itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi publik yang efektif apabila digunakan dengan strategi komunikasi yang tepat. Di tengah dominasi konten hiburan dan budaya viral di media sosial, akun @JeromePolin menunjukkan bahwa konten edukatif tetap mampu memperoleh perhatian dan keterlibatan audiens melalui pengemasan pesan yang komunikatif, emosional, dan rasional. Dengan

demikian, retorika digital tidak hanya berfungsi sebagai alat persuasi, tetapi juga sebagai strategi pembentukan citra diri dan penyebaran nilai edukatif di ruang digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis retorika terhadap akun media sosial @JeromePolin, dapat disimpulkan bahwa Jerome Polin memanfaatkan strategi komunikasi digital secara efektif dalam membangun citra diri sebagai figur edukatif dan inspiratif di media sosial. Melalui pendekatan retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi pada akun @JeromePolin tidak hanya terletak pada penyampaian informasi edukatif, tetapi juga pada kemampuan membangun kredibilitas, kedekatan emosional, dan rasionalitas pesan kepada audiens.

Unsur *ethos* tampak melalui representasi identitas akademik, konsistensi produksi konten edukatif, serta gaya komunikasi yang sederhana, autentik, dan tidak menggurui. Strategi tersebut membentuk persepsi audiens bahwa Jerome Polin merupakan figur yang kompeten, dapat dipercaya, dan relevan dengan kehidupan generasi muda. Sementara itu, unsur *pathos* diwujudkan melalui penggunaan narasi pengalaman pribadi, pesan motivasional, humor, serta pendekatan komunikasi yang interaktif sehingga mampu menciptakan kedekatan emosional dan keterlibatan audiens. Adapun unsur *logos* terlihat dalam penyampaian materi edukasi yang logis, sistematis, dan mudah dipahami melalui penggunaan contoh konkret serta bahasa yang komunikatif. Ketiga unsur retorika tersebut saling terintegrasi dan membentuk pola komunikasi persuasif yang memperkuat citra diri Jerome Polin sebagai kreator konten edukatif dan inspiratif.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa teori retorika Aristoteles masih relevan digunakan dalam kajian komunikasi digital kontemporer, khususnya pada media sosial. Praktik retorika di media sosial tidak hanya hadir melalui penggunaan bahasa verbal, tetapi juga melalui visual, gaya interaksi, dan representasi identitas digital yang dibangun secara konsisten. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi publik yang efektif apabila didukung oleh strategi komunikasi yang komunikatif, emosional, dan rasional. Di tengah dominasi konten hiburan dan budaya viral di media sosial, akun @JeromePolin menunjukkan bahwa konten edukatif tetap mampu memperoleh perhatian dan keterlibatan audiens apabila dikemas melalui pendekatan retorika yang tepat.

DAFTAR REFERENSI

- Andriani, R., Saputra, D. Y., & Fauzi, R. (2024). Analisis kesalahan penggunaan bahasa Indonesia pada akun Instagram @anwar_Bab: Tinjauan linguistik di platform media sosial. *Teks: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 9–16.
- APJII. (2024). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.). Oxford University Press.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata: Pemasaran dan brand destinasi*. Prenadamedia Group.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. Remaja Rosdakarya.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail*. Salemba Humanika.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Permana, R. S. M., & Abdullah, A. (2020). Media sosial dan personal branding di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 73–84.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.