



Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap Gaya Retorika Pejabat Publik Saat Menjawab Pertanyaan Wartawan melalui TikTok (pada Akun @cnnindonesia)

Perceptions of Public Officials' Rhetorical Styles When Answering Journalists' Questions on TikTok (on the @cnnindonesia Account)

I Dewa Ayu Agung Sauca Widiyastuti^{1*}, Jonathan Jacob Paul Latupeirissa²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

Alamat: Jalan Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar

Email: dewsaucha95@gmail.com, jonathanlatupeirissa@undiknas.ac.id

Diterima : 31 Desember 2025 || Revisi : 03 Mei 2026 || Disetujui: 05 Juni 2026

Abstract

This study examines Communication Studies students' perceptions of public officials' rhetorical styles when responding to journalists' questions on TikTok, specifically through the @cnnindonesia account. Grounded in rhetorical theory and audience perception frameworks within digital political communication, this research adopts a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with two purposively selected informants: one Communication Studies lecturer with expertise in political communication and one undergraduate student who actively consumes political content on TikTok. Informants were selected based on specific criteria, including academic expertise and consistent media consumption habits. Data were analyzed using thematic analysis and triangulated through cross-referencing of interview responses and documentary evidence. The findings reveal that students perceive the rhetorical styles of many public officials as ineffective, characterized by unclear messaging, weak command of data, and defensive or illogical statements. These communication failures diminish student trust in public officials and highlight a disconnect between the demands of digital public communication and the rhetorical competencies of officials. This study contributes to the understanding of how rhetorical quality shapes political credibility in the TikTok era and offers practical implications for public communication training.

Keywords: Political Communication, Public Officials' Rhetoric, Tiktok, Audience Perception, Digital Media

Abstrak

Penelitian ini mengkaji persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap gaya retorika pejabat publik saat menjawab pertanyaan wartawan melalui platform TikTok, khususnya pada akun @cnnindonesia. Berlandaskan teori retorika dan kerangka konseptual persepsi audiens dalam komunikasi politik digital, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan dua informan yang dipilih secara purposif,

yakni seorang dosen Ilmu Komunikasi dengan spesialisasi komunikasi politik dan seorang mahasiswa yang secara aktif mengonsumsi konten politik di TikTok. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria keahlian akademik dan kebiasaan konsumsi media yang relevan. Data dianalisis menggunakan analisis tematik dan divalidasi melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menilai gaya retorika sebagian pejabat publik belum efektif, ditandai oleh pesan yang tidak jelas, lemahnya penguasaan data, serta pernyataan yang defensif dan tidak logis. Kegagalan komunikasi tersebut berdampak pada menurunnya kepercayaan mahasiswa terhadap pejabat publik dan mengindikasikan adanya kesenjangan antara tuntutan komunikasi publik digital dan kompetensi retorika pejabat. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana kualitas retorika membentuk kredibilitas politik di era TikTok.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Retorika Pejabat Publik, Tiktok, Persepsi Audiens, Media Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah merevolusi lanskap komunikasi politik, menjadikan media sosial sebagai arena utama bagi pejabat publik untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Banyaknya kasus ‘blunder’ pada komunikasi publik yang dilakukan oleh pejabat publik Indonesia memunculkan beragam respon warganet Indonesia. Tercatat sebanyak 81 kasus blunder kebijakan dan 70 blunder yang dilakukan pemerintahan Prabowo dalam setahun terakhir yang dilakukan oleh pejabat publik di Indonesia (Saputra, 2025). Di antara berbagai platform digital yang ada, TikTok telah muncul sebagai salah satu yang paling signifikan, khususnya di kalangan generasi muda, karena kemampuannya menyajikan konten video pendek yang dinamis dan mudah diakses (Demirel & AGCA, 2024). Karakteristik platform ini mendorong pejabat publik untuk mengadaptasi strategi komunikasi mereka agar lebih relevan dengan audiens digital, termasuk dengan tampil dalam sesi wawancara bersama jurnalis yang kemudian disebarluaskan melalui akun media sosial berskala nasional (Cusnir, 2025).

Kajian tentang retorika dalam komunikasi politik merupakan bidang yang telah lama berkembang, namun kehadiran media sosial memberikan dimensi baru yang menuntut pendekatan analitik yang disesuaikan. Retorika, dalam pengertian klasiknya, merujuk pada seni persuasi yang melibatkan tiga elemen utama: *ethos* (kredibilitas pembicara), *pathos* (daya tarik emosional), dan *logos* (argumentasi logis) (Aristoteles dalam Mustaqim, 2022). Dalam konteks digital, ketiga elemen ini tidak hanya diekspresikan melalui kata-kata, tetapi juga

melalui aspek non-verbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara yang terekam dalam video (Susanti et al., 2023). Platform TikTok, dengan sifat viralnya yang tinggi dan kemampuan pengguna untuk memotong serta menyebarkan ulang konten, menciptakan kondisi di mana setiap pernyataan pejabat publik berpotensi menjangkau jutaan penonton sekaligus menjadi objek penilaian kritis (Jalli, 2023).

Persepsi audiens terhadap komunikasi politik di media sosial tidak terbentuk secara vakum. Akun berita besar seperti @cnnindonesia memainkan peran penting sebagai mediator antara peristiwa politik dan interpretasi public di TikTok, karena cara mereka membongkar dan menyajikan konten turut membentuk bagaimana penonton mengonstruksi makna dari pernyataan pejabat (Chobanyan & Nikolskaya, 2021; Correa & Osoorio, 2024). Dalam proses ini, mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, menjadi audiens yang relevan untuk diteliti karena mereka tidak hanya merupakan pengguna aktif media sosial, tetapi juga memiliki latar belakang akademis yang mendorong kemampuan literasi media dan berpikir kritis terhadap konten yang dikonsumsi (Kamilah & Atnan, 2021; Hasna, 2024).

Meskipun penelitian tentang komunikasi politik digital dan penggunaan TikTok telah berkembang (Cervi et al., 2021; Poulakidakos, 2024; Marlina & Hakim, 2025), masih terdapat celah kajian yang spesifik mengenai bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia mempersepsikan gaya retorika pejabat publik dalam konteks wawancara yang disebarluaskan melalui akun berita di TikTok. Penelitian ini

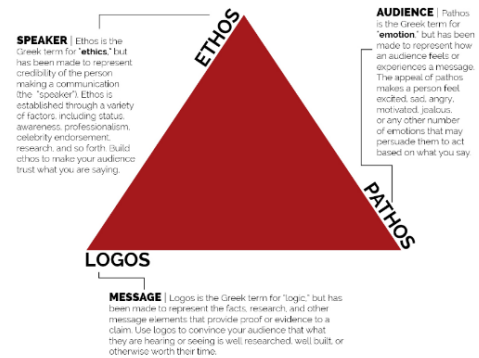
hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis secara mendalam persepsi mahasiswa terhadap aspek retorika pejabat, dampaknya terhadap kepercayaan publik, serta implikasinya bagi praktik komunikasi politik di era digital.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian berikut: Bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Nasional Denpasar terhadap gaya retorika pejabat publik saat menjawab pertanyaan wartawan melalui platform TikTok pada akun @cnnindonesia? Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan penilaian mahasiswa terhadap efektivitas komunikasi politik pejabat publik di TikTok; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi tersebut; dan (3) mengeksplorasi hubungan antara kualitas retorika pejabat dengan tingkat kepercayaan mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Retorika dalam Komunikasi Politik

Retorika merupakan disiplin ilmu yang mengkaji seni dan praktik persuasi melalui bahasa. Dalam konteks komunikasi politik, retorika berfungsi sebagai instrumen utama bagi pejabat publik untuk membangun kepercayaan, menyampaikan kebijakan, dan mempengaruhi opini public (Mustaqim, 2022). Aristoteles membagi elemen retorika menjadi tiga dimensi: ethos yang berkaitan dengan kredibilitas dan karakter pembicara, pathos yang mengacu pada kemampuan membangkitkan respons emosional audiens, dan logos yang berkenaan dengan kekuatan argumen logis yang disampaikan. Ketiga dimensi ini berinteraksi secara dinamis dalam setiap tindak komunikasi publik, termasuk dalam konteks wawancara pejabat dengan jurnalis. Secara sederhana hubungan antara ketiga dimensi tersebut dapat dipahami melalui gambar berikut ini :



Gambar 1 Segitiga Teori Retorika Aristoteles

Dalam lingkungan media digital, dimensi retorika mengalami perluasan makna. Komunikasi melalui platform video seperti TikTok menambahkan lapisan paralinguistik yang signifikan: intonasi suara, kecepatan berbicara, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh menjadi elemen retorika yang setara pentingnya dengan konten verbal (Susanti et al., 2023). Karakteristik TikTok yang mengutamakan konten emosional dan visual menuntut pejabat publik untuk mengemas pesan mereka dengan cara yang lebih otentik dan personal, meskipun terkadang hal ini menciptakan ketegangan antara tuntutan autentisitas dan kebutuhan akan substansi argument yang kuat (Poulakidakos, 2024).

2.2 Konsep Persepsi dalam Komunikasi

Persepsi adalah bagian dari dimensi pathos yang merupakan proses kognitif di mana individu mengorganisasi, menginterpretasi, dan memaknai informasi yang diterima dari lingkungannya. Dalam konteks komunikasi, persepsi audiens terhadap pesan dipengaruhi oleh faktor internal (pengetahuan, pengalaman, nilai-nilai yang dimiliki) maupun faktor eksternal (karakteristik pesan, medium, dan konteks sosial). Mahasiswa Ilmu Komunikasi, dengan bekal teori dan literasi media yang diperoleh dalam pendidikan mereka, cenderung membentuk persepsi yang lebih kritis dan evaluatif terhadap praktik komunikasi yang mereka saksikan (Kamilah & Atnan, 2021).

Persepsi terhadap retorika pejabat publik di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dibingkai oleh platform dan akun media berita yang menyebarkannya. Proses pembingkai (*framing*) oleh akun seperti @cnnindonesia

turut mengonstruksi konteks interpretasi yang dimiliki audiens sebelum mereka menilai kualitas retorika pejabat (Arianto, 2020; Correa & Osorio, 2024).

2.3 Komunikasi Politik Digital dan TikTok

Komunikasi politik di era digital beroperasi dalam ekosistem media yang berbeda secara fundamental dari media konvensional. Kecepatan penyebaran informasi, kemampuan pengguna untuk memproduksi ulang dan mendistribusikan konten, serta interaktivitas yang tinggi menciptakan dinamika baru dalam relasi antara pejabat publik dan warga negara (Suhendra & Pratiwi, 2024). TikTok, sebagai platform berbasis video pendek dengan algoritma yang mendorong viralisasi konten, menjadi ruang komunikasi politik yang semakin relevan, terutama dalam menjangkau generasi muda yang menjadikannya sebagai sumber informasi utama (Marlina & Hakim, 2025).

Sebagai media yang menjembatani komunikasi, pesan dalam platform merupakan bagian dari dimensi logos. Pesan dalam TikTok, diadaptasi sebagai salah satu upaya untuk membentuk citra yang lebih dekat dan humanis kepada masyarakat (Marlina & Hakim, 2025). Namun, adaptasi ini membawa risiko tersendiri: tanpa kesiapan komunikasi yang memadai, setiap pernyataan yang direkam berpotensi menjadi viral karena alasan yang tidak diinginkan, memperburuk citra dan kredibilitas pejabat yang bersangkutan (Jalli, 2023; Medina-Aguerreberre et al., 2023).

METODE

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, yang dipilih karena mampu mengeksplorasi makna, interpretasi, dan pengalaman subjektif informan secara mendalam (Isik, 2025). Pendekatan ini sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berorientasi pada pemahaman 'bagaimana' dan 'mengapa' suatu persepsi terbentuk, bukan sekadar mengukur frekuensi atau kuantitas (Oranga & Matere, 2023). Subjektivitas informan dipandang sebagai data yang valid dan berharga, bukan sebagai bias yang harus dieliminasi, sesuai dengan paradigma

interpretatif yang menjadi landasan penelitian kualitatif (Pervin & Mokhtar, 2022).

3.2 Informan Penelitian

Informan dipilih berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Tuffour, 2017). Penelitian ini melibatkan dua informan, jumlah informan sebanyak dua orang telah mampu menginterpretasi, menjabarkan dan menjelaskan dengan sangat detail amatan yang menjadi focus analisis dalam artikel ini. Adapun penentuan karakteristik informan sebagai berikut sebagai berikut:

Informan 1: Sahri, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Nasional Denpasar yang memiliki keahlian dan pengalaman mengajar dalam bidang komunikasi politik dan komunikasi media.

Kriteria pemilihan:

- (a) memiliki gelar akademik minimal S2 di bidang ilmu komunikasi atau relevan
- (b) aktif mengajar mata kuliah yang berkaitan dengan komunikasi politik atau media, dan
- (c) bersedia memberikan analisis kritis berdasarkan perspektif akademis.

Informan 2: Diva, mahasiswi aktif program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Nasional Denpasar.

Kriteria pemilihan:

- (a) mahasiswa aktif semester 4 ke atas yang telah menempuh mata kuliah komunikasi politik atau sejenisnya
- (b) secara rutin menggunakan TikTok minimal satu jam per hari
- (c) aktif mengikuti konten berita politik melalui TikTok, khususnya dari akun @cnnindonesia
- (d) bersedia menyampaikan pendapat secara terbuka dan reflektif.

Untuk selanjutnya dalam artikel ini kedua informan akan disebut sebagai informan 1 dan informan 2

Pemilihan dua informan dengan latar belakang berbeda yakni akademisi dan mahasiswa dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang saling melengkapi: perspektif teoritis dan perspektif pengalaman konsumsi

media aktual. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, kedalaman dan kualitas data yang diperoleh dari informan yang tepat lebih diutamakan dibandingkan jumlah informan yang besar (Korstjens & Moser, 2017).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan secara semi-terstruktur, memungkinkan pertanyaan berkembang secara organik mengikuti alur jawaban informan sambil tetap berpedoman pada panduan wawancara yang telah disiapkan sebelumnya (Busetto et.,al., 2020). Wawancara dilaksanakan secara tatap muka di lingkungan kampus Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, direkam dengan persetujuan informan, kemudian ditranskripsikan secara verbatim.

Data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumentasi, yakni penelusuran dan pencatatan konten video wawancara pejabat publik pada akun TikTok @cnnindonesia yang dijadikan sebagai referensi bersama selama proses wawancara. Dokumentasi ini berfungsi sebagai stimulus konkret untuk memancing respons yang lebih spesifik dan mendalam dari informan.

3.4 Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis tematik yang mengikuti tahapan:

- (1) familiarisasi data melalui pembacaan berulang transkrip wawancara
- (2) pengkodean awal (*initial coding*) untuk mengidentifikasi unit makna yang relevan
- (3) pengelompokan kode ke dalam tema-tema potensial
- (4) peninjauan dan penyempurnaan tema
- (5) pendefinisian dan penamaan tema final
- (6) penyusunan laporan berdasarkan tema yang telah teridentifikasi (Ranjith et.,al., 2021).

Proses analisis dilakukan secara reflektif dengan mempertahankan suara dan subjektivitas informan sebagai inti data.

3.5 Validitas dan Kredibilitas Data

Untuk menjaga kredibilitas penelitian, validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan dan menyilangkan pernyataan dari dua informan yang berbeda latar belakangnya. Selain itu, dilakukan *member checking* di mana ringkasan hasil wawancara dikonfirmasi kembali kepada masing-masing informan untuk memastikan akurasi representasi. Peneliti juga melakukan *reflexivity*, yaitu proses refleksi kritis terhadap posisi dan asumsi peneliti dalam memengaruhi proses pengumpulan dan interpretasi data (Korstjens & Moser, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Persepsi Pada Komunikasi Politik Pejabat Publik di TikTok

Temuan pertama penelitian ini berkaitan dengan persepsi informan terhadap komunikasi politik pejabat publik yang tampil dalam konten wawancara pada akun@cnnindonesia dalam platform media TikTok. Dari perspektif akademis, Sahri menekankan bahwa standar komunikasi di media sosial menuntut kejelasan, kepadatan, dan konsistensi logis dalam penyampaian pesan:

"Oke kalau melihat efektivitas dari sudut pandang dosen, mahasiswa ini kan kritis ya, terutama saat ini kan lagi panas-panasnya di bidang akademik saat ini. Apa yang mereka dapat di kelas itu yang mereka terapkan di lapangan, nah bagaimana pejabat bisa memberikan informasi efektif di media sosial, di mana seharusnya informasi itu tidak harus panjang. Yang penting informasinya jelas, lugas, dan pasti. Jangan sampai memberikan informasi yang di luar nalar atau terlihat tidak niat, supaya informasi yang disampaikan di media sosial bisa dipahami dan tidak menimbulkan kesenjangan antara teori dan praktik di lapangan."

Pernyataan Sahri ini mencerminkan dimensi logos dalam teori retorika Aristoteles: kekuatan argumentasi yang logis dan berbasis data menjadi prasyarat utama komunikasi politik yang efektif. Ketidakhadiran logos yang memadai dalam pernyataan pejabat publik yang termanifestasi dalam bentuk pesan yang kabur, tidak konsisten, atau tidak didukung fakta menciptakan disonansi kognitif bagi audiens

yang secara akademis terlatih untuk mengevaluasi kualitas argument.

Dari sudut pandang mahasiswa sebagai pengguna aktif TikTok, Diva mengidentifikasi ketimpangan serupa namun dari perspektif pengalaman konsumsi media langsung :

"Kalau dilihat, rata-rata pejabat itu minim banget public speaking-nya, dan ini kadang bikin blunder statement mereka sendiri, bahkan terkesan arogan. Waktu wawancara sama jurnalis juga mereka masih fokus membela 'mereka-nya', bukan sebagai pejabat publik. Akhirnya komunikasi politik yang disampaikan jadi kurang efektif dan pesannya nggak benar-benar sampai ke masyarakat. Padahal harusnya public speaking itu jadi basic skill pejabat publik."

Persepsi Diva menyentuh dimensi ethos dalam retorika: ketika pejabat lebih menonjolkan pembelaan diri daripada representasi kepentingan publik, kredibilitas mereka sebagai komunikator yang dapat dipercaya tergerus. Kondisi ini selaras dengan temuan Cervi et al. (2021) yang menyatakan bahwa dalam konteks TikTok, audiens muda sangat sensitif terhadap autentisitas dan kesenjangan antara peran formal dan perilaku aktual komunikator politik.

4.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi

Temuan kedua mengidentifikasi faktor-faktor yang secara spesifik membentuk persepsi negatif mahasiswa terhadap gaya retorika pejabat publik. Sahri menunjukkan bahwa akar permasalahan terletak pada kurangnya kesiapan pejabat dalam mengelola pesan sebelum berbicara di depan media:

"Masalahnya bukan hanya di respons publik yang ramai atau negatif, tetapi di awalnya, yaitu bagaimana pejabat itu mempersiapkan berbicara di media sosial. Kalau dari awal pesannya tidak jelas dan tidak logis, maka wajar kalau publik, terutama mahasiswa, menangkapnya secara kritis dan bahkan skeptis."

Analisis terhadap pernyataan Sahri mengungkap bahwa kegagalan komunikasi pejabat publik di TikTok bukan semata-mata masalah teknis *public speaking*, melainkan masalah struktural dalam manajemen pesan politik. Hal ini konsisten dengan argumen

Cușnir (2025) yang menyatakan bahwa institusi publik yang berhasil di TikTok adalah mereka yang memiliki strategi konten yang terencana, bukan yang hadir secara reaktif dan tidak disiapkan.

Sementara itu, Diva menekankan dimensi viral dari TikTok sebagai faktor yang memperkuat dampak kesalahan komunikasi:

"Di media sosial itu semuanya terekam dan bisa diputar ulang. Kalau pejabatnya nggak siap secara komunikasi, satu kalimat aja bisa jadi blunder dan viral. Sayangnya, banyak yang belum sadar kalau cara ngomong mereka itu dinilai publik, bukan cuma isi kebijakannya."

Perspektif Diva menggambarkan bagaimana karakteristik teknis TikTockemampuan rekam, potong, dan sebar ulang yang mudah mengubah konteks komunikasi politik secara fundamental. Setiap pernyataan pejabat berpotensi dilepaskan dari konteks aslinya dan disebarluaskan secara selektif, menciptakan apa yang oleh Jalli (2023) disebut sebagai risiko amplifikasi konten yang tidak akurat. Kondisi ini menuntut kesiapan komunikasi yang jauh melampaui standar wawancara konvensional.

4.3 Dampak Terhadap Kepercayaan Publik

Temuan ketiga dan yang paling signifikan berkaitan dengan dampak gaya retorika pejabat publik terhadap kepercayaan sivitas akademika sebagai bagian dari publik. Sahri memposisikan pernyataan publik pejabat sebagai instrumen yang memiliki efek ganda dan berpotensi merusak jika tidak dikelola dengan baik:

"Kita ini melakukan wawancara dalam keadaan sadar dan tahu data. Kalau masih bisa keluar pernyataan yang di luar nalar, itu jadi pertanyaan. Pernyataan di media itu sangat tajam, ibarat pisau bermata dua. Kalau bukan kita yang kena, ya audiens yang kena. Makanya perlu ada perbaikan atau klarifikasi supaya informasi itu tidak bikin masyarakat, termasuk mahasiswa, jadi kacau dan akhirnya tidak percaya."

Metafora 'pisau bermata dua' yang digunakan Sahri secara tepat merepresentasikan risiko asimetris dari komunikasi politik di ruang digital: pesan yang berhasil dapat membangun kepercayaan secara masif, namun pesan yang gagal dapat meruntuhkan kepercayaan dengan kecepatan yang sama besarnya. Temuan ini

memperkuat argumen Medina-Aguerreberre et al. (2023) bahwa pengelolaan pesan di media sosial harus mempertimbangkan tidak hanya konten yang disampaikan, tetapi juga mekanisme pemulihan reputasi ketika terjadi kesalahan komunikasi.

Dari sisi mahasiswa sebagai konsumen konten, Diva menyampaikan penilaian langsung terhadap dampak pernyataan pejabat yang secara logis lemah:

"Kurang percaya sih jadinya. Dari video itu kelihatan ada yang salah hitung, terus ada juga kasus film yang alasannya nggak logis, masa bahasa Inggris dibilang bukan bahasa asing. Itu jadi pertanyaan buat aku sebagai masyarakat dan mahasiswa, pejabatnya kualitasnya kayak gini?' Padahal bisa aja kasih alasan yang lebih masuk akal dan enak didengar."

Contoh konkret yang disebutkan Diva adalah kesalahan hitung dan pernyataan tidak logis mengenai status Bahasa Inggris menggambarkan bagaimana lemahnya dimensi logos dalam retorika pejabat publik secara langsung memengaruhi penilaian mahasiswa terhadap kompetensi dan kualitas pejabat tersebut. Hal ini selaras dengan temuan Rakatiwi & Sazali (2024) bahwa audiens muda di TikTok secara aktif mengevaluasi konten politik bukan hanya dari sudut pandang ideologis, tetapi juga dari standar rasionalitas dan konsistensi logis.

4.4 Rekomendasi Perbaikan Komunikasi

Berdasarkan temuan di atas, kedua informan memberikan rekomendasi yang saling melengkapi. Sahri menekankan perlunya intervensi struktural pada level persiapan dan pemahaman media:

"Solusinya itu sebenarnya sederhana, pejabat harus dipersiapkan secara komunikasi. Jangan cuma paham kebijakan, tapi juga paham cara menyampaikannya. Kalau salah bicara, harus ada klarifikasi yang cepat dan terbuka supaya tidak membingungkan publik. Media sosial itu cepat sekali menyebarkan pesan, jadi tidak bisa dianggap remeh."

Rekomendasi Sahri ini konsisten dengan kerangka media literacy yang dikembangkan oleh Suhendra & Pratiwi (2024), yang

menekankan bahwa pemahaman terhadap karakter platform digital merupakan kompetensi esensial bagi siapapun yang berkomunikasi di ruang publik digital.

Sementara Diva menawarkan perspektif audiens mengenai kualitas komunikasi yang dapat memulihkan kepercayaan:

"Menurut aku solusinya ya pejabat itu harus belajar cara ngomong yang baik. Bukan berarti dibuat-buat, tapi logis dan enak didengar. Kalau memang ada alasan kebijakan, sampaikan dengan bahasa yang bisa diterima masyarakat. Jangan sampai karena cara ngomongnya salah, orang jadi ragu sama kualitas pejabatnya."

Lebih lanjut, Diva juga menegaskan pentingnya mekanisme klarifikasi sebagai instrumen pemulihan kepercayaan:

"Kalau udah terlanjur salah ngomong dan viral, ya seharusnya diklarifikasi. Itu justru bisa bikin publik lebih menghargai, karena kelihatan bertanggung jawab. Daripada dibiarkan, malah makin banyak spekulasi dan komentar negatif."

Rekomendasi dari kedua informan menunjukkan kesepakatan bahwa perbaikan komunikasi politik di TikTok harus bersifat holistik: mencakup peningkatan kompetensi retorika, pemahaman platform, kesiapan substansi, dan ketersediaan mekanisme klarifikasi. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman bahwa komunikasi politik yang efektif di era digital bukan hanya soal teknologi, melainkan soal kompetensi manusia yang terlatih (Busetto et al., 2020). Secara ringkas temuan-temuan pada bagian sebelumnya disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 1. Persepsi Mahasiswa terhadap Gaya Retorika Pejabat Publik di TikTok

Aspek Retorika	Temuan Lapangan	Persepsi Mahasiswa
Kejelasan pesan	Jawaban tidak fokus dan berputar-putar	Membingungkan, menimbulkan multitafsir
Sikap komunikator	Defensif, menonjolkan pembelaan diri	Terkesan arogan, tidak merepresentasikan publik
Penguasaan data	Lemah, terdapat kesalahan hitung dan logika	Memurunkan kepercayaan terhadap kompetensi pejabat
Adaptasi platform	Kurang memahami karakter TikTok sebagai ruang publik digital	Komunikasi terasa tidak autentik dan tidak terpersiapkan

Sumber: Hasil wawancara lapangan, diolah oleh peneliti (2025)

4.5 Sintesis Temuan dan Kontribusi Teoritis

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap gaya retorika pejabat publik di TikTok dipengaruhi oleh tiga dimensi yang saling berkaitan: (1) kualitas logos, yaitu ketepatan data dan konsistensi logis argumen yang disampaikan; (2) integritas ethos, yaitu konsistensi antara peran sebagai wakil publik dengan perilaku komunikasi aktual; dan (3) kesiapan pathos yang autentik, bukan sekadar penampilan emosional yang dipaksakan. Ketiga dimensi ini beroperasi dalam ekosistem TikTok yang memperkuat dan mempercepat distribusi penilaian audiens.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi politik digital dengan mengusulkan bahwa kerangka retorika klasik ethos, pathos, logos tetap relevan dalam menganalisis komunikasi pejabat publik di media sosial, namun perlu diadaptasi untuk mempertimbangkan karakteristik platform digital yang unik, khususnya sifat viral, kecepatan distribusi, dan kemampuan audiens untuk memotong dan menyebarkan ulang konten di luar konteks aslinya.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya retorika pejabat publik saat menjawab pertanyaan wartawan melalui TikTok, khususnya pada akun @cnnindonesia, dinilai belum efektif oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Nasional Denpasar. Persepsi ini terbentuk melalui evaluasi kritis terhadap tiga aspek utama retorika: kejelasan dan logika pesan (logos), kredibilitas dan peran komunikator (ethos), serta kesesuaian gaya komunikasi dengan karakter platform digital. Ketidaksiapan pejabat publik dalam mengelola pesan di ruang digital menciptakan kesenjangan antara tuntutan komunikasi publik yang efektif dan praktik retorika yang terjadi di lapangan. Dampak langsung dari lemahnya kualitas retorika ini adalah munculnya persepsi negative terhadap kompetensi dan profesionalisme pejabat publik. Kondisi ini diperparah oleh karakteristik TikTok yang memungkinkan setiap pernyataan direkam, dipotong, dan disebarluaskan ulang, sehingga kesalahan komunikasi yang terjadi dalam satu momen

dapat memiliki dampak reputasi yang jauh melampaui konteks kejadiannya.

Penelitian ini menegaskan relevansi kerangka retorika klasik dalam menganalisis komunikasi politik digital dan mengidentifikasi kebutuhan nyata bagi pejabat publik untuk mengembangkan kompetensi komunikasi digital yang meliputi kesiapan substansi, kemampuan public speaking yang adaptif, pemahaman karakter platform media sosial, dan ketersediaan mekanisme klarifikasi yang esponsif. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah informan yang terbatas pada dua orang, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan informan, melibatkan platform media sosial lain, atau mengadopsi metode analisis konten untuk melengkapi data wawancara.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan kepada pejabat publik untuk meningkatkan kesiapan komunikasi secara menyeluruh sebelum tampil dalam wawancara yang berpotensi disebarluaskan di media sosial, dengan menekankan penguasaan data, koherensi argumen, dan kesadaran terhadap karakter platform digital sebagai ruang publik yang terbuka dan cepat. Kepada lembaga pemerintah, disarankan untuk mengintegrasikan pelatihan komunikasi digital sebagai program pengembangan kapasitas bagi pejabat publik secara berkelanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian dengan melibatkan lebih banyak informan dari latar belakang yang beragam, menggunakan metode campuran (*mixed methods*) untuk menggabungkan kedalaman kualitatif dengan keterwakilan kuantitatif, serta mengeksplorasi platform media sosial lain yang juga digunakan sebagai medium komunikasi politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Drone Emprit Academic dalam Menganalisis Opini Publik di Media Sosial. *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)*, 2(2), 177–191. <https://doi.org/10.24076/jspg.v2i2.415>

- Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How to use and assess qualitative research methods. *Neurological Research and Practice*, 2(1), 14. <https://doi.org/10.1186/s42466-020-00059-z>
- Cervi, L., Tejedor, S., & Marín, C. (2021). TikTok and the new language of political communication. *Cultura Lenguaje y Representación*, 26, 267–287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>
- Chobanyan, K., & Nikolskaya, E. (2021). Testing the waters: TikTok's potential for television news. *World of Media Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 3(3), 62–88. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.3.2021.3>
- Correa, L. Z., & Osorio, H. M.-F. (2024). Análisis de las oportunidades informativas de TikTok para la audiencia joven. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1–13. <https://doi.org/10.4185/rllcs-2024-2180>
- Cuşnir, C. (2025). Public Institutions Meet TikTok: Communication Strategies and the Rise of Govtainment. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.10434>
- Demirel, Y., & AĞCA, M. E. (2024). Dijital siyasal iletişim ve TikTok: 2024 ABD başkanlık seçimlerinde kullanıcı yorumlarının duygu analizi. *DergiPark*, <https://doi.org/10.47107/inifedergi.1606256>
- Hasna, N. N. (2024). Perspektif mahasiswa terkait efektivitas komunikasi politik melalui media sosial. *De Cive Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 4(10), 353–360. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i10.2490>
- Isik, O. (2025). The Power of Stories: Understanding Human Experience Through Qualitative Research. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 10(3), 622–630. <https://doi.org/10.22161/ijels.103.90>
- Jalli, N. (2023). Jelang pemilu 2024: waspada peran TikTok dalam penyebaran ujaran kebencian dan hoaks. <https://doi.org/10.64628/aan.gwyfsjvpx>
- Kamilah, C., & Atnan, N. (2021). The Analysis of Bandung University Students' Ability in Identifying Hoaxes. *Kanal Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 8–15. <https://doi.org/10.21070/kanal.v9i3.1361>
- Korstjens, I., & Moser, A. (2017). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 2: Context, research questions and designs. *European Journal of General Practice*, 23(1), 274–279. <https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375090>
- Marlina, D., & Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam Kampanye Politik: Strategi Menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 196–213. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.587>
- Saputra, E. Y. (2025). Setahun pemerintahan Prabowo, LAB45: Komunikasi publik pemerintah sering blunder. *Tempo.co*. <https://www.tempo.co/politik/setahun-pemerintahan-prabowo-lab45-komunikasi-publik-pemerintah-sering-blunder-2082220>
- <https://www.tempo.co/politik/setahun-pemerintahan-prabowo-lab45-komunikasi-publik-pemerintah-sering-blunder-2082220>