



## Retorika Dalam Era Digital: Membangun Komunikasi yang Efektif di Tengah Arus Informasi

Yenda Sepri Lestari<sup>1</sup>, Rhani Febria<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Riau

Email: [yendaseprilestari@student.uir.ac.id](mailto:yendaseprilestari@student.uir.ac.id)<sup>1</sup>, [rhaniFebria@du.uir.ac.id](mailto:rhaniFebria@du.uir.ac.id)<sup>2</sup>

### Article Info

#### Article history:

Received Mei 24, 2026

Revised Juni 02, 2026

Accepted Juni 14, 2026

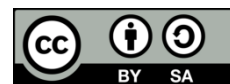
#### Keywords:

Digital Rhetoric, Digital Communication, Effective Communication, Ethos, Pathos, Logos, New Media, Digital Information Flow

### ABSTRACT

The development of digital technology has significantly transformed patterns of communication through the emergence of various new media platforms that enable the rapid and widespread dissemination of information. This condition presents both opportunities and challenges in creating effective communication amid the overwhelming flow of digital information. This article aims to analyze the role of rhetoric in building effective communication in the digital era by examining the application of the rhetorical elements of ethos, pathos, and logos in various forms of digital communication. The study employs a library research method with a descriptive qualitative approach. Data were collected from various scientific journals and relevant literature on digital rhetoric, digital communication, and communication effectiveness. The findings indicate that digital rhetoric represents an adaptation of traditional rhetoric to advances in communication technology, utilizing digital media as a means of message delivery. The effectiveness of digital communication is influenced by the communicator's ability to establish credibility (ethos), foster emotional engagement (pathos), and present logical arguments (logos). Furthermore, the use of clear language, the integration of visual elements, and an understanding of audience characteristics are important strategies for enhancing communication effectiveness amid the phenomena of information overload, content competition, and the spread of misinformation. Therefore, rhetoric serves as a strategic instrument that enables individuals and organizations to develop persuasive, credible, and relevant communication within the continuously evolving digital media ecosystem.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



### Article Info

#### Article history:

Received Mei 24, 2026

Revised Juni 02, 2026

Accepted Juni 14, 2026

#### Keywords:

Retorika Digital, Komunikasi Digital, Komunikasi Efektif, Ethos, Pathos, Logos, Media Baru, Arus Informasi Digital

### ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan melalui kehadiran berbagai platform media baru yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Kondisi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam menciptakan komunikasi yang efektif di tengah deras arus informasi digital. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran retorika dalam membangun komunikasi yang efektif pada era digital dengan meninjau penerapan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam berbagai bentuk komunikasi digital. Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah dan literatur yang relevan mengenai retorika digital, komunikasi digital, dan efektivitas komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa retorika digital merupakan bentuk adaptasi retorika terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang memanfaatkan media digital sebagai sarana



penyampaian pesan. Efektivitas komunikasi digital dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam membangun kredibilitas (*ethos*), menciptakan keterlibatan emosional (*pathos*), serta menyampaikan argumentasi yang logis (*logos*). Selain itu, penggunaan bahasa yang jelas, pemanfaatan elemen visual, dan pemahaman terhadap karakteristik audiens menjadi strategi penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi di tengah fenomena *information overload*, persaingan konten digital, dan penyebaran misinformasi. Dengan demikian, retorika menjadi instrumen strategis yang mampu membantu individu maupun organisasi membangun komunikasi yang persuasif, kredibel, dan relevan dalam ekosistem media digital yang terus berkembang.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



---

**Corresponding Author:**

Yenda Sepri Lestari

Universitas Islam Riau

Email: [yendaseprilestari@student.uir.ac.id](mailto:yendaseprilestari@student.uir.ac.id)

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, bertukar informasi, dan membangun hubungan sosial. Kehadiran internet serta berbagai platform media digital memungkinkan informasi disebarkan secara cepat tanpa batas ruang dan waktu. Kondisi ini menciptakan lingkungan komunikasi yang sangat dinamis, di mana setiap individu dapat berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Di tengah derasnya arus informasi tersebut, kemampuan berkomunikasi secara efektif menjadi kebutuhan yang semakin penting. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mencapai komunikasi yang efektif adalah retorika, yaitu seni menggunakan bahasa dan pesan secara strategis untuk memengaruhi, meyakinkan, serta membangun pemahaman audiens.

Dalam era digital, retorika mengalami perkembangan menjadi konsep yang dikenal sebagai retorika digital (*digital rhetoric*). Menurut Paramita dan Irena (2020), retorika digital merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media penyampaian pesan kepada khalayak luas. Perkembangan platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan berbagai media sosial lainnya telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari komunikasi satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas informasi yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam mengemas pesan agar menarik perhatian dan mampu membangun keterlibatan audiens.

Di sisi lain, kemudahan akses terhadap informasi juga menimbulkan tantangan baru berupa melimpahnya informasi yang beredar setiap hari. Masyarakat saat ini dihadapkan pada berbagai bentuk pesan yang bersaing untuk mendapatkan perhatian, mulai dari berita, iklan, opini, hingga konten hiburan. Wulandari, Sekarani, Yuniati, dan Safitri (2024) menjelaskan bahwa kondisi tersebut menyebabkan pentingnya penggunaan kalimat yang efektif dalam komunikasi digital. Pesan yang disampaikan harus jelas, ringkas, dan mudah dipahami agar tidak tenggelam di tengah banyaknya informasi yang diterima oleh audiens. Dengan demikian, kemampuan menyusun pesan secara tepat menjadi faktor penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif.



Keberhasilan komunikasi digital juga dipengaruhi oleh penerapan prinsip-prinsip retorika klasik yang masih relevan hingga saat ini. Aristoteles mengemukakan bahwa retorika terdiri atas tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Dalam konteks komunikasi digital, *ethos* berkaitan dengan kredibilitas komunikator, *pathos* berkaitan dengan kemampuan membangun kedekatan emosional dengan audiens, sedangkan *logos* berkaitan dengan penggunaan argumentasi yang logis dan berbasis fakta. Penelitian Nabila dan Maknunah (2025) menunjukkan bahwa penerapan ketiga unsur tersebut dalam komunikasi media sosial mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan sekaligus memperkuat efektivitas komunikasi digital.

Selain berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, retorika digital juga berperan dalam membangun hubungan antara komunikator dan audiens. Karakteristik media digital yang memungkinkan interaksi dua arah menjadikan audiens tidak lagi hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai pihak yang dapat memberikan tanggapan, komentar, dan umpan balik secara langsung. Menurut Nabila dan Maknunah (2025), komunikasi digital yang efektif memerlukan strategi penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik audiens, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta penyajian informasi yang mampu menarik perhatian dan mempertahankan keterlibatan audiens dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, retorika menjadi elemen yang sangat penting dalam membangun komunikasi yang efektif di era digital. Di tengah arus informasi yang semakin cepat dan kompleks, kemampuan mengelola pesan melalui strategi retorika yang tepat dapat membantu individu maupun organisasi menyampaikan informasi secara lebih persuasif, membangun kredibilitas, serta menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan audiens. Oleh karena itu, kajian mengenai retorika dalam era digital menjadi relevan untuk memahami bagaimana komunikasi yang efektif dapat dibangun dan dipertahankan di tengah perkembangan teknologi dan informasi yang terus berlangsung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Konsep Retorika dalam Komunikasi**

Retorika merupakan salah satu konsep fundamental dalam kajian komunikasi yang berkaitan dengan seni dan kemampuan menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Secara etimologis, istilah retorika berasal dari bahasa Yunani *rhetorike* yang merujuk pada seni berbicara di depan umum. Dalam perkembangannya, retorika tidak hanya dipahami sebagai kemampuan berpidato, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang digunakan untuk memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku audiens melalui penggunaan bahasa yang terstruktur dan persuasif. Oleh karena itu, retorika menjadi bagian penting dalam berbagai bentuk komunikasi, baik komunikasi interpersonal, organisasi, politik, maupun komunikasi massa.

Konsep retorika pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Aristoteles yang mendefinisikan retorika sebagai kemampuan untuk menemukan cara persuasi yang paling efektif dalam situasi tertentu. Menurut Aristoteles, tujuan utama retorika bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keyakinan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Pemikiran Aristoteles tersebut menjadikan retorika sebagai proses komunikasi yang berorientasi pada keberhasilan penyampaian pesan melalui argumentasi yang kuat, penyusunan bahasa yang tepat, dan pemahaman terhadap karakteristik audiens. Hingga saat ini, teori retorika Aristoteles masih menjadi salah satu landasan utama dalam kajian komunikasi modern, termasuk dalam konteks komunikasi digital (Nabila & Maknunah, 2025).

Dalam teori retorika Aristoteles terdapat tiga unsur utama yang menjadi dasar keberhasilan komunikasi, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas atau karakter komunikator yang mampu menumbuhkan kepercayaan audiens terhadap pesan



yang disampaikan. *Pathos* merujuk pada kemampuan komunikator dalam membangun keterlibatan emosional audiens melalui penggunaan bahasa, cerita, maupun simbol tertentu. Sementara itu, *logos* berkaitan dengan penggunaan fakta, data, dan argumentasi yang logis untuk mendukung pesan yang disampaikan. Ketiga unsur tersebut saling melengkapi dan menjadi komponen penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif serta persuasif (Nabila & Maknunah, 2025).

Dalam praktik komunikasi modern, retorika tidak hanya digunakan untuk membujuk audiens, tetapi juga berfungsi sebagai sarana membangun pemahaman bersama. Seorang komunikator yang memiliki kemampuan retorika yang baik dapat menyampaikan pesan secara lebih jelas, sistematis, dan mudah dipahami oleh audiens. Paramita dan Irena (2020) menjelaskan bahwa keberhasilan suatu komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam mengelola pesan agar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Oleh karena itu, retorika tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi karena berperan dalam menentukan bagaimana suatu pesan diterima, ditafsirkan, dan direspons oleh audiens.

Perkembangan teknologi informasi telah memperluas ruang lingkup penerapan retorika dalam berbagai media komunikasi. Jika pada masa lalu retorika lebih banyak digunakan dalam pidato dan komunikasi tatap muka, saat ini retorika juga diterapkan dalam media digital seperti media sosial, blog, podcast, dan platform berbasis internet lainnya. Meskipun media yang digunakan mengalami perubahan, prinsip dasar retorika tetap sama, yaitu membangun komunikasi yang mampu menarik perhatian, memengaruhi pemikiran, dan menciptakan keterlibatan audiens. Paramita dan Irena (2020) menyatakan bahwa transformasi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi sehingga strategi retorika perlu disesuaikan dengan karakteristik media dan perilaku audiens digital.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa retorika merupakan elemen penting dalam komunikasi karena berfungsi sebagai strategi untuk menyampaikan pesan secara efektif, persuasif, dan bermakna. Melalui penerapan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*, seorang komunikator dapat membangun kredibilitas, menciptakan kedekatan emosional, serta menyajikan argumentasi yang logis kepada audiens. Dalam konteks era digital yang ditandai oleh tingginya arus informasi, pemahaman terhadap konsep retorika menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian, dipahami dengan baik, dan memberikan pengaruh positif kepada audiens.

### **Retorika Digital dan Perkembangannya di Era Media Baru**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan berbagai bentuk media baru yang mengubah cara individu dan kelompok berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran internet, media sosial, situs web, blog, podcast, serta platform berbagi video telah menciptakan ruang komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif dibandingkan media konvensional. Dalam konteks tersebut, konsep retorika turut mengalami perkembangan yang dikenal sebagai retorika digital (*digital rhetoric*). Retorika digital merupakan bentuk penerapan prinsip-prinsip retorika dalam lingkungan digital dengan memanfaatkan teknologi sebagai media penyampaian pesan kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Menurut Paramita dan Irena (2020), perkembangan media digital telah menciptakan pola komunikasi baru yang memungkinkan setiap individu tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi produsen informasi yang aktif dalam membentuk opini dan wacana publik.

Retorika digital berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi utama masyarakat. Berbeda dengan komunikasi konvensional yang cenderung bersifat satu arah, media baru memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah bahkan multidirectional yang melibatkan interaksi langsung antara komunikator dan audiens. Kondisi ini membuat strategi penyampaian pesan menjadi semakin penting karena



keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam menciptakan keterlibatan (*engagement*) audiens. Paramita dan Irena (2020) menjelaskan bahwa dalam lingkungan digital, audiens memiliki kebebasan untuk memilih, memberikan respons, membagikan, maupun mengomentari suatu pesan sehingga komunikator harus mampu merancang pesan yang menarik dan relevan agar memperoleh perhatian publik.

Karakteristik utama retorika digital terletak pada kemampuannya mengintegrasikan berbagai bentuk media dalam satu pesan komunikasi. Jika retorika tradisional lebih banyak mengandalkan bahasa lisan atau tulisan, retorika digital memanfaatkan kombinasi teks, gambar, video, audio, animasi, serta berbagai elemen visual lainnya untuk memperkuat makna pesan. Penggunaan berbagai elemen tersebut memungkinkan pesan disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Menurut Nabila dan Maknulah (2025), efektivitas komunikasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam mengombinasikan unsur verbal dan visual secara tepat sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat yang memiliki karakteristik dan latar belakang yang beragam.

Selain menghadirkan peluang baru dalam komunikasi, perkembangan media baru juga menimbulkan tantangan yang cukup kompleks. Salah satu tantangan utama adalah tingginya jumlah informasi yang beredar setiap saat sehingga audiens mengalami kesulitan dalam memilah informasi yang relevan dan kredibel. Dalam situasi tersebut, retorika digital berfungsi sebagai strategi untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif dan meyakinkan. Komunikator dituntut untuk mampu membangun kredibilitas (*ethos*), menyentuh aspek emosional audiens (*pathos*), serta menyajikan argumentasi yang logis (*logos*) agar pesan yang disampaikan dapat memperoleh kepercayaan publik. Nabila dan Maknulah (2025) menemukan bahwa penerapan unsur-unsur retorika tersebut mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan memperkuat hubungan antara komunikator dengan audiens di media sosial.

Perkembangan retorika digital juga tidak dapat dipisahkan dari perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Audiens modern cenderung menginginkan informasi yang cepat, singkat, mudah dipahami, dan menarik secara visual. Wulandari, Sekarani, Yuniati, dan Safitri (2024) menegaskan bahwa penggunaan bahasa yang efektif menjadi faktor penting dalam komunikasi digital karena pesan yang terlalu panjang atau rumit berpotensi diabaikan oleh audiens. Oleh sebab itu, retorika digital tidak hanya berfokus pada kemampuan mempersuasi, tetapi juga pada kemampuan menyederhanakan informasi tanpa mengurangi makna yang ingin disampaikan. Strategi tersebut menjadi semakin penting mengingat persaingan informasi di media digital berlangsung sangat cepat dan dinamis.

### **Komunikasi Efektif di Tengah Arus Informasi Digital**

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan lingkungan komunikasi yang ditandai oleh tingginya intensitas pertukaran informasi. Berbagai platform digital seperti media sosial, portal berita, aplikasi pesan instan, dan situs web memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara cepat dan mudah. Namun, kemudahan tersebut juga menyebabkan meningkatnya jumlah informasi yang diterima setiap hari. Fenomena ini dikenal sebagai *information overload*, yaitu kondisi ketika individu menerima informasi dalam jumlah yang sangat besar sehingga sulit untuk memilah, memahami, dan mengolah seluruh informasi tersebut secara efektif. Dalam situasi seperti ini, komunikasi yang efektif menjadi aspek yang sangat penting untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami oleh audiens sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Wulandari et al., 2024).

Komunikasi efektif dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang mampu menghasilkan kesamaan pemahaman antara komunikator dan audiens. Keberhasilan komunikasi tidak hanya diukur dari tersampainya informasi, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut dapat dipahami, diterima, dan direspons oleh penerima pesan. Dalam konteks digital, efektivitas komunikasi menjadi semakin penting karena audiens memiliki akses



terhadap berbagai sumber informasi secara bersamaan. Akibatnya, perhatian audiens menjadi terbatas sehingga pesan yang disampaikan harus mampu menarik perhatian dalam waktu yang singkat. Menurut Wulandari et al. (2024), penggunaan bahasa yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan komunikasi di era digital.

Salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi digital adalah persaingan informasi yang sangat tinggi. Setiap individu atau organisasi berlomba-lomba menyampaikan pesan melalui berbagai platform digital untuk mendapatkan perhatian audiens. Dalam kondisi tersebut, komunikator harus mampu menyusun pesan yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik target audiens. Paramita dan Irena (2020) menjelaskan bahwa komunikasi digital yang efektif memerlukan strategi penyampaian pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun keterlibatan audiens. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan perlu dikemas secara menarik melalui penggunaan bahasa yang sesuai, visual yang mendukung, serta struktur informasi yang mudah dipahami.

Selain kejelasan pesan, kredibilitas sumber informasi juga menjadi faktor penting dalam komunikasi digital. Melimpahnya informasi di internet sering kali diikuti dengan penyebaran informasi yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan. Dalam kondisi tersebut, audiens cenderung lebih mempercayai pesan yang berasal dari sumber yang memiliki reputasi baik dan kompetensi yang jelas. Nabila dan Maknunah (2025) menjelaskan bahwa kredibilitas komunikator atau *ethos* merupakan salah satu unsur penting dalam retorika yang dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan audiens terhadap komunikator, semakin besar pula kemungkinan pesan tersebut diterima dan memengaruhi cara berpikir audiens.

Komunikasi efektif di era digital juga memerlukan kemampuan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens. Informasi yang disampaikan secara logis memang penting, tetapi keterlibatan emosional sering kali menjadi faktor yang menentukan apakah suatu pesan akan diingat dan dibagikan oleh audiens. Dalam teori retorika, aspek ini dikenal sebagai *pathos*, yaitu kemampuan menyentuh emosi audiens melalui penggunaan narasi, ilustrasi, atau pengalaman yang relevan. Menurut Nabila dan Maknunah (2025), kombinasi antara pendekatan emosional dan argumentasi yang logis dapat meningkatkan efektivitas komunikasi digital karena mampu menciptakan kedekatan sekaligus memperkuat pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Berdasarkan uraian tersebut, komunikasi efektif di tengah arus informasi digital memerlukan lebih dari sekadar kemampuan menyampaikan informasi. Komunikator harus mampu menyusun pesan yang jelas, relevan, kredibel, dan menarik agar dapat menonjol di tengah banyaknya informasi yang beredar. Kejelasan bahasa, pemahaman terhadap karakteristik audiens, pembangunan kredibilitas, serta kemampuan mengintegrasikan aspek emosional dan logis menjadi faktor penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan demikian, komunikasi yang baik tidak hanya mampu menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pemahaman, kepercayaan, dan keterlibatan audiens dalam lingkungan digital yang semakin kompleks.

### **Penerapan Ethos, Pathos, dan Logos dalam Komunikasi Digital**

Konsep *ethos*, *pathos*, dan *logos* merupakan tiga unsur utama dalam teori retorika yang diperkenalkan oleh Aristoteles dan hingga saat ini masih relevan dalam berbagai bentuk komunikasi, termasuk komunikasi digital. Ketiga unsur tersebut menjadi dasar dalam membangun pesan yang mampu menarik perhatian, memperoleh kepercayaan, serta memengaruhi audiens secara efektif. Dalam lingkungan digital yang ditandai oleh tingginya persaingan informasi dan beragam karakteristik audiens, penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya



diterima, tetapi juga mampu menciptakan keterlibatan dan respons positif dari masyarakat. Menurut Nabila dan Maknunah (2025), keberhasilan komunikasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam mengintegrasikan ketiga unsur retorika tersebut secara seimbang dalam penyampaian pesan.

*Ethos* berkaitan dengan kredibilitas, reputasi, dan kepercayaan yang dimiliki oleh komunikator. Dalam komunikasi digital, kredibilitas menjadi faktor yang sangat penting karena audiens dihadapkan pada berbagai informasi yang berasal dari sumber yang beragam. Informasi yang disampaikan oleh individu, organisasi, atau institusi yang memiliki reputasi baik cenderung lebih mudah diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Kredibilitas dapat dibangun melalui konsistensi pesan, penyampaian informasi yang akurat, transparansi, serta kemampuan menunjukkan kompetensi dalam bidang tertentu. Nabila dan Maknunah (2025) menemukan bahwa akun media sosial yang mampu menampilkan identitas yang jelas dan menyajikan informasi yang valid memiliki tingkat kepercayaan audiens yang lebih tinggi dibandingkan akun yang kurang konsisten dalam menyampaikan informasi.

Selain kredibilitas, keberhasilan komunikasi digital juga dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam membangun hubungan emosional dengan audiens melalui unsur *pathos*. Unsur ini berfokus pada penggunaan emosi untuk menciptakan kedekatan dan keterlibatan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dalam media digital, *pathos* dapat diwujudkan melalui penggunaan cerita inspiratif, pengalaman pribadi, visual yang menarik, maupun narasi yang mampu membangkitkan empati, kebanggaan, harapan, atau kepedulian audiens terhadap suatu isu. Menurut Paramita dan Irena (2020), konten digital yang mampu menyentuh aspek emosional audiens cenderung memperoleh tingkat interaksi yang lebih tinggi karena audiens merasa memiliki keterkaitan dengan pesan yang diterima. Oleh karena itu, pendekatan emosional sering digunakan untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi di berbagai platform digital.

Sementara itu, *logos* merujuk pada penggunaan logika, fakta, data, dan argumentasi yang rasional dalam penyampaian pesan. Dalam era digital yang dipenuhi oleh berbagai informasi, audiens tidak hanya membutuhkan pesan yang menarik secara emosional, tetapi juga membutuhkan bukti yang dapat mendukung kebenaran informasi tersebut. Penggunaan data statistik, hasil penelitian, fakta aktual, serta argumentasi yang sistematis menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan audiens. Wulandari et al. (2024) menjelaskan bahwa penyampaian informasi yang jelas dan berbasis fakta dapat membantu audiens memahami pesan secara lebih baik serta mengurangi potensi terjadinya kesalahpahaman dalam komunikasi digital. Dengan demikian, *logos* berfungsi sebagai fondasi rasional yang memperkuat kualitas pesan yang disampaikan.

Dalam praktiknya, komunikasi digital yang efektif tidak hanya mengandalkan salah satu unsur retorika, melainkan memerlukan kombinasi antara *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Kredibilitas komunikator akan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan, pendekatan emosional akan membantu membangun keterlibatan dan perhatian audiens, sedangkan argumentasi logis akan memperkuat keyakinan audiens terhadap informasi yang diterima. Ketika ketiga unsur tersebut digunakan secara seimbang, pesan yang disampaikan memiliki peluang lebih besar untuk dipahami, diterima, dan memengaruhi audiens. Nabila dan Maknunah (2025) menegaskan bahwa integrasi ketiga unsur retorika dalam media sosial mampu meningkatkan efektivitas komunikasi sekaligus memperkuat hubungan antara komunikator dan audiens.

Berdasarkan uraian tersebut, *ethos*, *pathos*, dan *logos* merupakan elemen penting dalam komunikasi digital yang berfungsi untuk membangun kepercayaan, menciptakan keterlibatan emosional, dan menyajikan argumentasi yang logis kepada audiens. Ketiga unsur tersebut tidak hanya membantu komunikator menyampaikan informasi secara efektif, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi, sikap, dan respons audiens terhadap pesan yang diterima. Di



tengah arus informasi digital yang semakin cepat dan kompleks, penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadi strategi komunikasi yang relevan untuk menciptakan pesan yang persuasif, kredibel, dan bermakna bagi masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian konseptual mengenai retorika dalam era digital serta penerapan prinsip *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam membangun komunikasi yang efektif di tengah arus informasi. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan penulis untuk memahami, menginterpretasikan, dan mendeskripsikan berbagai konsep serta fenomena yang berkaitan dengan retorika digital berdasarkan sumber-sumber ilmiah yang relevan. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak berorientasi pada pengujian hipotesis, melainkan pada pemahaman yang mendalam terhadap topik yang dikaji.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel akademik, buku, dan publikasi ilmiah yang relevan dengan tema penelitian. Referensi utama yang digunakan meliputi penelitian Paramita dan Irena (2020) tentang retorika digital pada media YouTube, penelitian Nabila dan Maknunah (2025) mengenai penerapan strategi retorika digital pada media sosial Instagram, serta penelitian Wulandari et al. (2024) yang membahas efektivitas penyampaian pesan dalam era digital yang dipenuhi informasi. Selain itu, berbagai literatur mengenai teori retorika Aristoteles dan komunikasi digital digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengidentifikasi, membaca, menelaah, dan mengkaji berbagai literatur yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan konsep retorika, retorika digital, komunikasi efektif, serta penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam komunikasi digital. Hasil analisis selanjutnya disusun secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran retorika dalam membangun komunikasi yang efektif di tengah perkembangan media digital dan derasnya arus informasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perkembangan Retorika dalam Ekosistem Media Digital**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap praktik retorika dalam komunikasi. Pada era komunikasi konvensional, retorika umumnya disampaikan melalui pidato, ceramah, diskusi tatap muka, media cetak, maupun siaran radio dan televisi. Komunikasi pada masa tersebut cenderung bersifat satu arah, di mana komunikator menjadi sumber utama informasi dan audiens berperan sebagai penerima pesan. Namun, kemajuan internet dan media digital telah mengubah pola komunikasi tersebut menjadi lebih interaktif, partisipatif, dan terbuka. Perubahan ini mendorong retorika untuk beradaptasi dengan karakteristik media baru yang memungkinkan setiap individu menjadi komunikator sekaligus audiens dalam proses komunikasi.

Transformasi retorika dalam ekosistem media digital ditandai oleh munculnya berbagai platform komunikasi seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan X yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat kepada khalayak luas. Dalam lingkungan digital, keberhasilan komunikasi tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan berbicara atau menulis, tetapi juga oleh kemampuan mengelola berbagai elemen multimedia seperti gambar,



video, audio, animasi, dan desain visual. Hal ini menunjukkan bahwa retorika digital berkembang menjadi bentuk komunikasi yang mengintegrasikan berbagai unsur verbal dan nonverbal untuk meningkatkan daya tarik serta efektivitas pesan yang disampaikan. Munawarah (2024) menjelaskan bahwa penggunaan visual, efek digital, konten singkat, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik platform menjadi bagian penting dalam strategi retorika digital untuk menarik perhatian audiens, khususnya generasi muda.

Karakteristik media baru juga mengubah hubungan antara komunikator dan audiens. Jika pada media konvensional audiens cenderung pasif, media digital memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung melalui fitur komentar, berbagi konten, tanda suka, maupun diskusi daring. Kondisi ini menjadikan komunikasi berlangsung secara dua arah sehingga audiens memiliki peran yang lebih aktif dalam membentuk makna dan menyebarkan pesan. Dengan demikian, retorika digital tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pembangunan keterlibatan (*engagement*) dan hubungan yang berkelanjutan dengan audiens. Keberhasilan suatu pesan sering kali diukur melalui tingkat interaksi yang dihasilkan, seperti jumlah komentar, pembagian ulang konten, dan respons pengguna terhadap pesan yang disampaikan.

Selain menciptakan ruang interaksi yang lebih luas, media digital juga memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara cepat dan tanpa batas geografis. Sebuah pesan dapat menjangkau ribuan bahkan jutaan pengguna dalam waktu yang relatif singkat melalui mekanisme algoritma dan jejaring sosial. Faridah et al. (2025) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif dalam memperluas jangkauan komunikasi karena memungkinkan pesan menjangkau audiens dari berbagai latar belakang secara lebih efisien. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama dalam berbagai aktivitas komunikasi, mulai dari pemasaran, pendidikan, kampanye sosial, hingga penyebaran informasi publik.

Meskipun demikian, perkembangan retorika dalam media digital juga menghadirkan berbagai tantangan. Tingginya volume informasi yang beredar menyebabkan persaingan konten semakin ketat sehingga komunikator harus mampu menciptakan pesan yang menarik, relevan, dan mudah dipahami. Selain itu, penyebaran informasi yang sangat cepat juga meningkatkan risiko munculnya misinformasi dan disinformasi yang dapat memengaruhi kualitas komunikasi publik. Oleh karena itu, retorika digital tidak hanya menuntut kreativitas dalam penyampaian pesan, tetapi juga tanggung jawab dalam menjaga akurasi dan kredibilitas informasi yang disebarkan kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil kajian tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan retorika dalam ekosistem media digital merupakan bentuk adaptasi terhadap perubahan teknologi dan perilaku komunikasi masyarakat. Media baru telah mengubah retorika dari komunikasi yang dominan satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif, kolaboratif, dan berbasis partisipasi audiens. Dalam konteks ini, keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kemampuan komunikator memanfaatkan karakteristik media digital untuk membangun keterlibatan, memperluas jangkauan informasi, dan menciptakan komunikasi yang efektif di tengah lingkungan informasi yang semakin kompleks.

### **Peran Ethos, Pathos, dan Logos dalam Membangun Komunikasi Digital yang Efektif**

Dalam era digital, keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kecepatan penyebaran informasi, tetapi juga oleh kemampuan pesan untuk membangun kepercayaan, menarik perhatian, dan memengaruhi audiens. Salah satu teori yang masih relevan untuk menjelaskan efektivitas komunikasi tersebut adalah teori retorika Aristoteles yang terdiri atas tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga unsur ini menjadi fondasi dalam penyusunan pesan yang persuasif karena mampu membantu komunikator membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Di tengah lingkungan digital yang dipenuhi berbagai



informasi dan sumber komunikasi, penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadi semakin penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan dipercaya oleh masyarakat.

Unsur pertama, yaitu *ethos*, berkaitan dengan kredibilitas dan karakter komunikator. Dalam komunikasi digital, kredibilitas menjadi faktor yang sangat menentukan karena audiens memiliki akses terhadap berbagai sumber informasi yang tidak semuanya dapat dipercaya. Oleh sebab itu, individu maupun organisasi perlu membangun reputasi yang baik melalui konsistensi pesan, keakuratan informasi, transparansi, serta kemampuan menunjukkan kompetensi pada bidang yang dibahas. Nabila dan Maknurah (2025) menjelaskan bahwa kredibilitas komunikator merupakan aspek penting dalam retorika digital karena audiens cenderung lebih menerima informasi dari sumber yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan integritas yang baik. Dengan demikian, *ethos* berperan sebagai dasar terbentuknya kepercayaan yang menjadi prasyarat keberhasilan komunikasi digital.

Selain kredibilitas, komunikasi digital yang efektif juga membutuhkan keterlibatan emosional audiens melalui unsur *pathos*. Dalam praktiknya, audiens tidak hanya merespons informasi berdasarkan logika, tetapi juga berdasarkan perasaan dan pengalaman emosional yang mereka miliki. Oleh karena itu, penggunaan cerita, ilustrasi, pengalaman nyata, maupun konten visual yang mampu membangkitkan emosi menjadi strategi yang banyak digunakan dalam komunikasi digital. Munawarah (2024) menjelaskan bahwa pesan yang mampu menyentuh aspek emosional audiens cenderung lebih mudah menarik perhatian, meningkatkan interaksi, dan mendorong audiens untuk membagikan informasi kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa *pathos* memiliki kontribusi penting dalam menciptakan kedekatan antara komunikator dan audiens sehingga pesan menjadi lebih bermakna dan mudah diingat.

Sementara itu, *logos* berkaitan dengan penggunaan logika, fakta, data, dan argumentasi yang rasional dalam penyampaian pesan. Di tengah maraknya informasi yang beredar melalui media digital, audiens semakin membutuhkan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan dan didukung oleh bukti yang jelas. Penggunaan data statistik, hasil penelitian, maupun fakta aktual dapat meningkatkan kualitas pesan dan membantu audiens memahami informasi secara lebih objektif. Menurut Wulandari et al. (2024), penyampaian informasi yang jelas dan berbasis fakta menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif di era digital karena membantu mengurangi kesalahpahaman serta meningkatkan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, *logos* berfungsi sebagai landasan rasional yang memperkuat kepercayaan audiens terhadap suatu informasi.

Dalam praktik komunikasi digital, *ethos*, *pathos*, dan *logos* tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam membentuk pesan yang efektif. Kredibilitas komunikator akan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan, pendekatan emosional akan membantu menarik perhatian dan membangun keterlibatan, sedangkan argumentasi logis akan memperkuat keyakinan audiens terhadap isi pesan. Kombinasi ketiga unsur tersebut memungkinkan pesan tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diterima secara emosional dan diyakini secara rasional. Oleh karena itu, penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadi strategi penting dalam menghadapi tantangan komunikasi digital yang semakin kompleks dan kompetitif.

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa *ethos*, *pathos*, dan *logos* memiliki peran yang sangat penting dalam membangun komunikasi digital yang efektif. Ketiga unsur tersebut membantu komunikator membangun kredibilitas, menciptakan keterlibatan emosional, serta menyampaikan argumentasi yang logis kepada audiens. Dalam lingkungan digital yang dipenuhi oleh arus informasi yang cepat dan beragam, integrasi *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadi kunci dalam menciptakan komunikasi yang persuasif, terpercaya, dan mampu memberikan pengaruh positif terhadap audiens.



## **Tantangan Komunikasi di Tengah Arus Informasi Digital**

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan kemudahan dalam mengakses dan menyebarkan informasi, tetapi di sisi lain juga menghadirkan berbagai tantangan bagi efektivitas komunikasi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi masyarakat saat ini adalah fenomena *information overload* atau kelebihan informasi. Fenomena ini terjadi ketika jumlah informasi yang diterima individu melebihi kapasitasnya untuk mengolah dan memahami informasi tersebut secara optimal. Setiap hari masyarakat dihadapkan pada berbagai jenis informasi yang berasal dari media sosial, portal berita, aplikasi pesan instan, hingga berbagai platform digital lainnya. Akibatnya, audiens sering mengalami kesulitan dalam memilah informasi yang relevan dan kredibel di tengah banyaknya pesan yang beredar. Menurut Wulandari et al. (2024), kondisi ini menuntut komunikator untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif melalui penggunaan bahasa yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami agar informasi dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Selain fenomena *information overload*, kecepatan penyebaran informasi juga menjadi tantangan tersendiri dalam komunikasi digital. Informasi yang dipublikasikan melalui media sosial dapat menyebar kepada ribuan bahkan jutaan pengguna hanya dalam hitungan menit. Kecepatan tersebut memberikan keuntungan dalam penyampaian informasi, tetapi juga meningkatkan risiko penyebaran informasi yang belum terverifikasi. Dalam banyak kasus, masyarakat cenderung membagikan informasi secara cepat tanpa melakukan pemeriksaan terhadap kebenaran sumber maupun isi informasi. Munawarah (2024) menjelaskan bahwa karakteristik media sosial yang memungkinkan penyebaran pesan secara instan menjadikan komunikasi digital rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak akurat. Kondisi ini dapat memengaruhi kualitas komunikasi publik dan menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat.

Tantangan berikutnya adalah tingginya persaingan konten dalam ruang digital. Saat ini hampir setiap individu, organisasi, maupun institusi memiliki akses yang sama untuk memproduksi dan menyebarkan konten melalui berbagai platform digital. Akibatnya, audiens dihadapkan pada banyak pilihan informasi yang saling bersaing untuk mendapatkan perhatian. Dalam situasi tersebut, komunikator harus mampu menciptakan pesan yang menarik, relevan, dan berbeda dari konten lainnya agar dapat memperoleh perhatian audiens. Faridah et al. (2024) menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi di media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam memahami karakteristik audiens serta menyusun pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Oleh karena itu, kreativitas dalam penyajian pesan menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan konten digital yang semakin ketat.

Munculnya misinformasi dan disinformasi juga menjadi salah satu hambatan serius dalam komunikasi digital. Misinformasi merujuk pada informasi yang salah tetapi disebarkan tanpa niat untuk menyesatkan, sedangkan disinformasi merupakan informasi yang sengaja dibuat dan disebarkan untuk memengaruhi opini atau menimbulkan kesalahpahaman. Penyebaran kedua jenis informasi tersebut semakin mudah terjadi karena media digital memungkinkan siapa saja untuk menjadi produsen informasi tanpa melalui proses verifikasi yang ketat. Menurut Munawarah (2024), kondisi ini menyebabkan masyarakat harus lebih kritis dalam menerima informasi serta meningkatkan kemampuan literasi digital agar mampu membedakan informasi yang valid dan tidak valid. Keberadaan misinformasi dan disinformasi dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang beredar dan menghambat terciptanya komunikasi yang efektif.

Selain faktor-faktor tersebut, efektivitas komunikasi digital juga dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik audiens yang sangat beragam. Audiens dalam media digital berasal dari berbagai latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan usia yang berbeda sehingga memiliki cara pandang serta kebutuhan informasi yang beragam pula. Pesan yang dianggap menarik oleh satu kelompok belum tentu dapat diterima dengan baik oleh kelompok lainnya. Oleh karena



itu, komunikator perlu memahami karakteristik target audiens sebelum menyusun dan menyampaikan pesan. Faridah et al. (2024) menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi digital memerlukan kemampuan untuk menyesuaikan gaya bahasa, format pesan, dan media yang digunakan agar sesuai dengan kebutuhan audiens yang dituju.

### Strategi Retorika untuk Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Digital

Dalam era digital yang ditandai oleh tingginya arus informasi dan persaingan konten, penerapan strategi retorika menjadi sangat penting untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami oleh audiens secara efektif. Retorika tidak hanya berfungsi sebagai alat persuasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan antara komunikator dan audiens melalui penyampaian pesan yang jelas, menarik, dan bermakna. Keberhasilan komunikasi digital sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam merancang pesan yang sesuai dengan karakteristik media dan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, strategi retorika diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pesan sekaligus memperkuat efektivitas komunikasi dalam lingkungan digital yang dinamis.

Salah satu strategi utama dalam komunikasi digital adalah penggunaan bahasa yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami. Audiens digital cenderung mengonsumsi informasi secara cepat sehingga pesan yang terlalu panjang atau rumit berpotensi diabaikan. Wulandari et al. (2024) menjelaskan bahwa penggunaan kalimat efektif menjadi faktor penting dalam penyampaian informasi di era digital karena dapat membantu audiens memahami pesan dengan lebih cepat dan akurat. Bahasa yang ringkas, langsung pada inti pembahasan, dan sesuai dengan karakteristik target audiens akan meningkatkan peluang pesan untuk diterima dan dipahami. Dengan demikian, penyusunan pesan yang efektif menjadi langkah awal dalam membangun komunikasi digital yang berkualitas.

Selain penggunaan bahasa yang efektif, pemanfaatan elemen visual juga menjadi strategi penting dalam komunikasi digital. Media sosial dan platform digital saat ini sangat mengandalkan unsur visual seperti gambar, infografis, video, animasi, dan desain grafis untuk menarik perhatian audiens. Konten visual mampu membantu menjelaskan informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana dan menarik untuk dipahami. Menurut Munawarah (2024), penggunaan visual yang relevan dapat meningkatkan daya tarik pesan sekaligus memperkuat aspek persuasif dalam komunikasi digital. Oleh karena itu, integrasi antara pesan verbal dan elemen visual menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan pesan.

Strategi berikutnya adalah membangun kredibilitas sumber informasi melalui penerapan unsur *ethos*. Kredibilitas menjadi aspek yang sangat penting dalam komunikasi digital karena audiens dihadapkan pada berbagai informasi yang belum tentu memiliki tingkat keakuratan yang sama. Komunikator yang konsisten menyampaikan informasi yang valid, transparan, dan berbasis fakta akan lebih mudah memperoleh kepercayaan audiens. Nabila dan Maknunah (2025) menjelaskan bahwa kredibilitas komunikator memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan pesan dalam media digital. Ketika audiens memandang komunikator sebagai sumber yang terpercaya, mereka cenderung lebih terbuka terhadap informasi dan argumen yang disampaikan.

Selain membangun kredibilitas, strategi retorika yang efektif juga memerlukan pengintegrasian unsur *pathos* dan *logos* dalam penyusunan pesan. *Pathos* digunakan untuk menciptakan keterlibatan emosional melalui penggunaan narasi, pengalaman, maupun ilustrasi yang dekat dengan kehidupan audiens. Sementara itu, *logos* digunakan untuk memperkuat pesan melalui fakta, data, dan argumentasi yang rasional. Menurut Nabila dan Maknunah (2025), kombinasi pendekatan emosional dan logis mampu meningkatkan efektivitas komunikasi karena tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga memberikan dasar yang



kuat bagi mereka untuk menerima dan mempercayai pesan yang disampaikan. Integrasi kedua unsur tersebut membantu menciptakan komunikasi yang lebih persuasif dan berdampak.

Pada akhirnya, strategi retorika dalam komunikasi digital tidak dapat dilepaskan dari kemampuan komunikator dalam mengombinasikan penggunaan bahasa yang efektif, elemen visual yang menarik, kredibilitas sumber yang kuat, serta penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* secara seimbang. Berbagai strategi tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pesan yang mampu menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan mendorong keterlibatan audiens. Di tengah lingkungan digital yang penuh dengan informasi dan persaingan konten, penerapan strategi retorika yang tepat menjadi kunci untuk meningkatkan efektivitas komunikasi sekaligus memastikan pesan dapat memberikan pengaruh yang positif bagi audiens.

## KESIMPULAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap praktik komunikasi dan penerapan retorika dalam kehidupan masyarakat. Retorika yang pada awalnya banyak digunakan dalam komunikasi tatap muka kini berkembang menjadi retorika digital yang memanfaatkan berbagai platform media baru seperti media sosial, situs web, dan aplikasi komunikasi daring. Hasil kajian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam mengelola pesan melalui penggunaan bahasa yang jelas, pemanfaatan elemen visual, serta penerapan prinsip retorika yang tepat. Di tengah fenomena *information overload*, persaingan konten digital, dan maraknya misinformasi, retorika berperan penting dalam membantu komunikator menyampaikan informasi secara lebih terstruktur, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

Selain itu, penerapan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* terbukti menjadi strategi yang efektif dalam membangun komunikasi digital yang persuasif dan kredibel. *Ethos* membantu membangun kepercayaan audiens terhadap sumber informasi, *pathos* menciptakan keterlibatan emosional yang memperkuat hubungan antara komunikator dan audiens, sedangkan *logos* memberikan dasar argumentasi yang logis dan berbasis fakta. Integrasi ketiga unsur tersebut, didukung oleh strategi penyampaian pesan yang sesuai dengan karakteristik media digital, mampu meningkatkan efektivitas komunikasi sekaligus memperkuat keterlibatan audiens. Dengan demikian, retorika dalam era digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk membangun komunikasi yang efektif, terpercaya, dan relevan di tengah arus informasi yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Faridah, F., Amir, R. M., Budin, H. B., Azhar, A., & Mawaddah, S. N. (2024). *Strategi dakwah di media sosial*. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 70–85.
- Munawarah. (2024). *Dakwah melalui media sosial: Studi tentang penggunaan retorika dalam menyampaikan tentang komunikasi Islam*. *ENCOMMUNICATION: Journal of Communication Studies*, 2(1), 64–79.
- Nabila, H. R., & Maknunah, L. U. (2025). *Strategi retorika digital bagian protokol dan komunikasi Pemerintah Kabupaten Blitar pada media sosial Instagram*. *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 3(1), 40–54. <https://doi.org/10.35457/transgenera.v3i1.5605>



- Paramita, S., & Irena, L. (2020). *Retorika digital dan social network analysis generasi milenial Tionghoa melalui YouTube*. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 137–156. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.7558>
- Wulandari, D. V., Sekarani, G. A., Yuniati, I., & Safitri, W. (2024). *Relevansi kalimat efektif dalam era digital yang penuh informasi*. *Jurnal Ilmiah Literasi Indonesia*. <https://doi.org/10.63822/vc9rj055>