

ANALISIS RETORIKA PADA VIDEO MOTIVASI DI AKUN TIKTOK @Indah SJ, M.Psi., Psikologi. TENTANG "SELANGKAH DEMI SELANGKAH"

Noveni Dea Ramadhani ^{1*}, Rhani Febria ²

¹ Universitas Islam Riau

² Universitas Islam Riau

*Penulis Korespondensi: novenidearamadhani@student.uir.ac.id ghanifebria@edu.uir.ac.id

2Abstract. *This study aims to analyze the use of rhetorical strategies in the motivational video "Selangkah oleh Selangkah" (Step by Step) on the TikTok account of Indah SJ, M.Psi., Psikolog. This research is motivated by the growing use of social media, particularly TikTok, as a means of conveying motivational and educational messages to the public. The analysis was conducted using Aristotle's rhetorical theory, which includes ethos, pathos, and logos. This study employed a qualitative approach with descriptive methods. The data source was the motivational video "Selangkah oleh Selangkah" (Step by Step) uploaded to Indah SJ, M.Psi., Psikolog's TikTok account. The data consisted of speech containing rhetorical elements and were collected through documentation and note-taking techniques. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that the motivational video "Selangkah oleh Selangkah" contains three elements of Aristotle's rhetoric: ethos, pathos, and logos. The ethos element is demonstrated through the communicator's credibility as a psychologist with expertise in mental health and self-development. The element of pathos is the most dominant, evident in the use of empathetic, calming language that inspires enthusiasm and hope in the audience. Meanwhile, the element of logos is evident through the delivery of rational arguments regarding the importance of process, consistency, and small steps in achieving life goals. The dominance of pathos indicates that the communication strategy employed emphasizes an emotional approach to build rapport with the audience. Thus, the integrated use of ethos, pathos, and logos makes this motivational video effective as a persuasive communication medium in providing motivation and positive reinforcement to the public.*

Keywords: *rhetoric, ethos, pathos, logos, TikTok, motivational video, persuasive communication.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan strategi retorika dalam video motivasi "Selangkah demi Selangkah" pada akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana penyampaian pesan motivasi dan edukasi kepada masyarakat. Analisis dilakukan menggunakan teori retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data penelitian berupa video motivasi "Selangkah demi Selangkah" yang diunggah pada akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Data penelitian berupa tuturan yang mengandung unsur retorika dan dikumpulkan melalui teknik dokumentasi serta teknik simak-catat. Analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video motivasi "Selangkah demi Selangkah" mengandung tiga unsur retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Unsur *ethos* ditunjukkan melalui kredibilitas komunikator sebagai seorang psikolog yang memiliki kompetensi dalam bidang kesehatan mental dan pengembangan diri. Unsur *pathos* menjadi unsur yang paling dominan, terlihat dari penggunaan bahasa yang empatik, menenangkan, dan mampu membangkitkan semangat serta harapan audiens. Sementara itu, unsur *logos* tampak melalui penyampaian argumentasi yang rasional mengenai pentingnya proses, konsistensi, dan langkah-langkah kecil dalam mencapai tujuan hidup. Dominasi unsur *pathos* menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan lebih menekankan pendekatan emosional untuk membangun kedekatan dengan audiens. Dengan demikian, penggunaan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* secara terpadu menjadikan video motivasi tersebut efektif sebagai media komunikasi persuasif dalam memberikan motivasi dan penguatan positif kepada masyarakat.

Kata kunci: retorika, ethos, pathos, logos, TikTok, video motivasi, komunikasi persuasif.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam cara individu berinteraksi, bertukar informasi, dan membangun hubungan sosial. Kehadiran media sosial menjadi salah satu dampak nyata dari transformasi digital tersebut. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk menyebarluaskan gagasan, membentuk identitas diri, serta memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu. Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok muncul sebagai salah satu platform digital yang mengalami perkembangan paling pesat dan memiliki pengaruh yang luas terhadap pola komunikasi masyarakat modern. Berdasarkan laporan Digital 2024 Global Overview, jumlah pengguna aktif TikTok telah mencapai sekitar 1,7 miliar pengguna di seluruh dunia, sehingga menjadikannya salah satu media yang memiliki peran penting dalam proses penyebaran informasi dan komunikasi global.

Popularitas TikTok tidak terlepas dari karakteristiknya yang mengutamakan penyajian konten dalam bentuk video singkat, menarik, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens yang luas dalam waktu yang relatif singkat. Menurut Montag et al. (2021) serta Omar dan Dequan (2022), format video pendek yang menjadi ciri khas TikTok memberikan peluang besar bagi pengguna untuk menyampaikan pesan yang bersifat informatif, edukatif, maupun persuasif. Oleh karena itu, platform ini tidak lagi dipandang sekadar sebagai media hiburan, melainkan juga sebagai sarana komunikasi yang mampu mendukung proses pembelajaran, kampanye sosial, hingga pengembangan diri.

TikTok memiliki kemampuan untuk memengaruhi sikap dan perilaku penggunanya melalui sistem algoritma yang bekerja secara personal. Zulli dan Zulli (2022) menjelaskan bahwa algoritma TikTok dirancang untuk menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna, sehingga pesan yang disampaikan memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan direspons oleh audiens yang tepat. Kondisi tersebut menjadikan TikTok sebagai media yang efektif untuk menyebarluaskan berbagai bentuk pesan

persuasif, termasuk pesan-pesan yang bertujuan memberikan motivasi dan dorongan positif kepada masyarakat.

Salah satu bentuk konten yang banyak memperoleh perhatian di media sosial adalah konten motivasi. Konten semacam ini umumnya berisi pesan-pesan yang bertujuan membangkitkan semangat, meningkatkan kepercayaan diri, dan membantu individu menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Rahmalia dan Laili (2025) mengemukakan bahwa paparan terhadap konten motivasi di media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap pembentukan optimisme, kesadaran diri, serta kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai persoalan yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penyajian pesan yang sederhana dan dekat dengan pengalaman audiens membuat konten motivasi lebih mudah diterima dan dipahami.

Efektivitas sebuah pesan motivasi tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan oleh komunikator. Kemampuan dalam memilih diksi, menyusun argumen yang logis, membangun kedekatan emosional, serta menunjukkan kredibilitas menjadi faktor yang dapat meningkatkan daya persuasi suatu pesan. Majidz, Vera, dan Jati (2025) menyatakan bahwa komunikasi persuasif yang efektif di media sosial umumnya memadukan unsur rasionalitas, emosi, dan kepercayaan sehingga mampu menarik perhatian sekaligus memengaruhi audiens.

Salah satu kreator yang secara konsisten menyajikan konten motivasi berbasis psikologi di TikTok adalah Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Melalui akun media sosialnya, ia membagikan berbagai pesan yang berkaitan dengan kesehatan mental, pengembangan diri, relasi interpersonal, dan motivasi kehidupan. Statusnya sebagai seorang psikolog profesional memberikan legitimasi dan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan. Dalam perspektif retorika Aristoteles, aspek tersebut berkaitan dengan konsep *ethos*, yaitu kemampuan komunikator membangun kredibilitas sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh audiens (Kennedy, 2021).

Salah satu unggahan yang menarik untuk diteliti adalah video motivasi berjudul "*Selangkah demi Selangkah.*" Video tersebut menekankan bahwa pencapaian tujuan tidak selalu diperoleh melalui perubahan yang besar dan instan, melainkan melalui proses

bertahap yang dilakukan secara konsisten. Pesan tersebut relevan dengan fenomena masyarakat saat ini yang cenderung menginginkan hasil secara cepat tanpa memperhatikan pentingnya proses. Sejalan dengan hal tersebut, Clear (2022) menjelaskan bahwa perubahan yang signifikan sering kali berasal dari akumulasi kebiasaan-kebiasaan kecil yang dilakukan secara berulang dalam jangka waktu yang panjang.

Kajian mengenai penyampaian pesan motivasi dapat dilakukan melalui pendekatan retorika. Retorika merupakan seni menggunakan bahasa untuk memengaruhi, meyakinkan, dan menggerakkan audiens agar menerima suatu gagasan atau melakukan tindakan tertentu. Teori retorika Aristoteles menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi persuasif dipengaruhi oleh tiga unsur utama, yaitu *ethos* (kredibilitas komunikator), *pathos* (kemampuan membangkitkan emosi audiens), dan *logos* (kekuatan logika atau argumentasi yang digunakan) (Aristoteles, 2021). Ketiga unsur tersebut menjadi landasan penting dalam menganalisis keberhasilan suatu pesan persuasif yang disampaikan melalui media digital.

Penelitian mengenai retorika dalam media sosial menunjukkan bahwa unsur emosional memiliki pengaruh yang kuat terhadap keterlibatan audiens. Pera dan Aiello (2023) menemukan bahwa penggunaan narasi personal dan bahasa yang menyentuh emosi mampu meningkatkan respons audiens terhadap konten video pendek. Selain itu, kombinasi antara data, pengalaman pribadi, dan kredibilitas komunikator dapat memperkuat daya persuasif pesan yang disampaikan melalui media sosial.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji penerapan teori retorika Aristoteles pada berbagai jenis konten digital. Majidz et al. (2025) meneliti strategi retorika dalam konten edukasi kesehatan di TikTok dan menemukan bahwa unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* digunakan secara bersamaan untuk membangun kepercayaan serta meningkatkan pemahaman audiens. Penelitian Gantira (2024) juga menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif di TikTok dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam mengombinasikan ketiga unsur retorika tersebut secara seimbang.

Meskipun penelitian mengenai retorika di media sosial telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus membahas strategi retorika pada konten motivasi psikologi di

akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog masih relatif terbatas. Padahal, akun tersebut memiliki karakteristik yang unik karena menggabungkan pendekatan psikologis dengan penyampaian motivasi yang komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan penggunaan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam video motivasi "*Selangkah demi Selangkah*" yang diunggah pada akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi retorika yang digunakan dalam video motivasi "*Selangkah demi Selangkah*" pada akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog berdasarkan teori retorika Aristoteles. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian retorika digital, komunikasi persuasif, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran motivasi serta edukasi psikologi kepada masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman dan pengungkapan makna yang terkandung dalam penggunaan strategi retorika pada video motivasi yang diunggah melalui akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena komunikasi secara mendalam berdasarkan konteks dan situasi yang melatarbelakanginya. Melalui penelitian kualitatif, data yang diperoleh disajikan dalam bentuk deskripsi sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai objek yang diteliti.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis penggunaan unsur-unsur retorika yang terdapat dalam video motivasi berjudul "*Selangkah demi Selangkah*." Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena yang ditemukan berdasarkan data yang diperoleh. Fokus penelitian diarahkan pada identifikasi dan analisis unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang digunakan dalam penyampaian pesan motivasi oleh Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Data penelitian bersumber dari video motivasi "*Selangkah demi Selangkah*" yang diunggah pada akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Data yang dianalisis berupa

tuturan, kalimat, frasa, maupun ungkapan yang mengandung unsur retorika. Selain data utama, penelitian ini juga memanfaatkan sumber pendukung berupa buku, artikel ilmiah, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan retorika, komunikasi persuasif, media sosial, serta penggunaan TikTok sebagai media komunikasi digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan teknik simak-catat. Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh dan menyimpan video yang menjadi objek penelitian. Selanjutnya, peneliti menyimak video secara berulang-ulang untuk memahami isi pesan yang disampaikan secara menyeluruh. Setelah proses penyimakan dilakukan, peneliti mencatat bagian-bagian tuturan yang menunjukkan adanya unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* sesuai dengan fokus kajian. Proses ini dilakukan secara cermat agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang berperan dalam mengumpulkan, mengidentifikasi, mengelompokkan, menganalisis, serta menafsirkan data. Untuk mempermudah proses analisis, digunakan instrumen pendukung berupa tabel klasifikasi data yang berisi kategori unsur retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Penggunaan tabel tersebut membantu peneliti dalam mengorganisasi data secara sistematis dan terarah.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan memusatkan perhatian pada data yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap berikutnya adalah penyajian data, yaitu mengelompokkan data berdasarkan kategori *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam bentuk uraian deskriptif maupun tabel. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menafsirkan temuan penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai strategi retorika yang digunakan dalam video motivasi "*Selangkah demi Selangkah*." Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori. Teknik tersebut dilakukan dengan membandingkan hasil analisis dengan teori retorika Aristoteles serta berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan. Melalui triangulasi teori, data yang diperoleh dapat diuji tingkat keakuratan dan konsistensinya sehingga hasil penelitian memiliki validitas yang lebih kuat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan penggunaan strategi retorika dalam video motivasi berjudul "*Selangkah demi Selangkah*" yang diunggah melalui akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori retorika Aristoteles yang meliputi tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga unsur tersebut digunakan sebagai landasan untuk memahami cara komunikator membangun kepercayaan, menggugah emosi, dan menyampaikan argumentasi yang logis kepada audiens.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa video motivasi tersebut memuat ketiga unsur retorika (Aristoteles). Unsur *ethos* tampak melalui kredibilitas komunikator yang berprofesi sebagai psikolog. Unsur *pathos* terlihat dari penggunaan bahasa yang mampu membangkitkan semangat dan perasaan positif audiens. Adapun unsur *logos* ditunjukkan melalui penyampaian gagasan yang rasional mengenai pentingnya proses serta konsistensi dalam mencapai tujuan.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Unsur Retorika Aristoteles

No	Unsur Retorika	Jumlah Temuan
1	Ethos	4
2	Pathos	7
3	Logos	5

Data pada tabel menunjukkan bahwa unsur *pathos* memiliki frekuensi kemunculan paling tinggi dibandingkan unsur lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa video motivasi tersebut lebih banyak memanfaatkan pendekatan emosional untuk membangun kedekatan dengan audiens dan memperkuat daya tarik pesan yang disampaikan.

1. Analisis Ethos

Ethos berkaitan dengan kemampuan komunikator dalam membangun kepercayaan audiens melalui karakter, kompetensi, dan kredibilitas yang dimilikinya. Dalam video yang dianalisis, unsur *ethos* terlihat dari posisi Indah SJ sebagai seorang psikolog yang memiliki keahlian di bidang kesehatan mental dan pengembangan diri.

Data 1

"Tidak semua perubahan harus besar untuk bisa membawa dampak yang besar dalam hidup kita."

Tuturan tersebut menunjukkan bahwa komunikator menyampaikan pandangannya berdasarkan pemahaman mengenai proses perubahan perilaku manusia. Latar belakang profesional yang dimiliki komunikator membuat audiens lebih mudah menerima dan mempercayai pesan yang disampaikan.

Data 2

"Kadang kita terlalu fokus pada hasil, sampai lupa menghargai proses yang sedang kita jalani."

Pernyataan tersebut memperlihatkan pemahaman komunikator terhadap kondisi psikologis yang sering dialami banyak individu. Kemampuan mengaitkan pesan dengan pengalaman nyata audiens memperkuat kredibilitas komunikator dalam menyampaikan motivasi.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat diketahui bahwa unsur *ethos* dibangun melalui kompetensi komunikator, pemahaman terhadap permasalahan audiens, serta penyampaian pesan yang menunjukkan wawasan profesional.

2. Analisis Pathos

Unsur *pathos* berkaitan dengan upaya komunikator dalam membangkitkan emosi audiens. Dalam video *"Selangkah demi Selangkah"*, unsur ini menjadi aspek yang paling dominan karena pesan yang disampaikan berorientasi pada pemberian dukungan psikologis dan motivasi.

Data 3

"Kalau hari ini kamu hanya bisa melangkah sedikit, itu tidak apa-apa."

Tuturan tersebut menghadirkan rasa tenang dan penerimaan diri bagi audiens yang mungkin sedang mengalami kegagalan atau merasa tertinggal dari orang lain. Pilihan kata yang digunakan memberikan efek emosional berupa penguatan dan dukungan.

Data 4

"Yang penting kamu tetap bergerak maju, meskipun perlahan."

Kalimat ini mengandung dorongan positif yang dapat menumbuhkan optimisme. Audiens diajak untuk tetap melanjutkan usaha yang dilakukan tanpa harus merasa terbebani oleh pencapaian orang lain.

Data 5

"Jangan membandingkan perjalananmu dengan perjalanan orang lain."

Pesan tersebut berkaitan erat dengan fenomena perbandingan sosial yang sering terjadi di media sosial. Tuturan ini dapat membangkitkan kesadaran audiens untuk lebih fokus pada perkembangan diri sendiri daripada membandingkan diri dengan orang lain.

Hasil analisis menunjukkan bahwa unsur *pathos* dibangun melalui penggunaan bahasa yang sederhana, penuh empati, dan dekat dengan realitas kehidupan audiens. Strategi tersebut membuat pesan lebih mudah menyentuh sisi emosional penerima pesan.

3. Analisis Logos

Logos merupakan unsur retorika yang berhubungan dengan penggunaan alasan, logika, dan argumentasi yang rasional. Dalam video yang diteliti, unsur *logos* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara usaha yang konsisten dengan keberhasilan yang ingin dicapai.

Data 6

"Perubahan besar berasal dari langkah-langkah kecil yang dilakukan secara terus-menerus."

Tuturan ini menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat yang logis, yaitu bahwa keberhasilan besar merupakan hasil dari tindakan kecil yang dilakukan secara berkesinambungan.

Data 7

"Tidak ada keberhasilan yang terjadi dalam semalam."

Pernyataan tersebut memberikan penjelasan rasional bahwa setiap pencapaian membutuhkan waktu, usaha, dan proses yang panjang. Dengan demikian, audiens diajak memahami bahwa hasil yang baik tidak diperoleh secara instan.

Data 8

"Ketika kamu fokus pada satu langkah setiap hari, tujuan yang besar akan terasa lebih mudah dicapai."

Kalimat tersebut mengandung argumentasi yang logis mengenai pentingnya membagi tujuan besar menjadi target-target kecil yang lebih realistis dan mudah diwujudkan.

Berdasarkan hasil analisis, unsur *logos* berfungsi sebagai penguat pesan motivasi melalui penyampaian alasan yang masuk akal dan mudah diterima oleh audiens. Kehadiran unsur ini membuat pesan tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga memiliki dasar pemikiran yang rasional.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa video motivasi "*Selangkah demi Selangkah*" memanfaatkan ketiga unsur retorika Aristoteles secara terpadu. Unsur *ethos* tampak melalui kredibilitas Indah SJ sebagai psikolog profesional yang memiliki kompetensi dalam bidang kesehatan mental. Unsur *pathos* diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang mampu membangkitkan harapan, ketenangan, dan semangat audiens. Sementara itu, unsur *logos* hadir melalui penyampaian argumentasi yang logis mengenai pentingnya proses dan konsistensi dalam mencapai tujuan.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa unsur *pathos* merupakan unsur yang paling dominan digunakan. Dominasi tersebut menunjukkan bahwa konten motivasi pada dasarnya bertujuan membangun hubungan emosional dengan audiens sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima dan diinternalisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Majidz, Vera, dan Jati (2025) yang menyatakan bahwa unsur emosional memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif di media sosial.

Dengan demikian, efektivitas video "*Selangkah demi Selangkah*" tidak hanya terletak pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada strategi retorika yang digunakan. Perpaduan antara *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadikan pesan motivasi lebih

meyakinkan, menyentuh sisi emosional audiens, serta memiliki dasar argumentasi yang logis sehingga mampu memberikan pengaruh positif kepada penerima pesan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai retorika dalam video motivasi "*Selangkah demi Selangkah*" pada akun TikTok Indah SJ, M.Psi., Psikolog, dapat disimpulkan bahwa video tersebut memanfaatkan tiga unsur retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam penyampaian pesannya. Ketiga unsur tersebut digunakan secara terpadu untuk membangun komunikasi yang persuasif dan efektif kepada audiens. Unsur *ethos* terlihat melalui kredibilitas Indah SJ sebagai seorang psikolog yang memiliki kompetensi dan pengetahuan dalam bidang kesehatan mental serta pengembangan diri. Kredibilitas tersebut membuat audiens lebih mudah mempercayai pesan yang disampaikan. Unsur *pathos* menjadi unsur yang paling dominan dalam video ini. Hal tersebut ditunjukkan melalui penggunaan bahasa yang sederhana, empatik, dan mampu membangkitkan emosi positif audiens, seperti harapan, semangat, dan rasa percaya diri. Sementara itu, unsur *logos* tampak pada penyampaian argumentasi yang logis mengenai pentingnya proses, konsistensi, dan langkah-langkah kecil dalam mencapai tujuan hidup.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi unsur *pathos* menjadikan pesan motivasi lebih mudah menyentuh perasaan audiens dan menciptakan kedekatan emosional. Namun demikian, keberhasilan video ini tidak hanya ditentukan oleh aspek emosional, melainkan juga didukung oleh kredibilitas komunikator (*ethos*) serta argumentasi yang rasional (*logos*). Kombinasi ketiga unsur tersebut menjadikan pesan motivasi dalam video "*Selangkah demi Selangkah*" mampu diterima, dipahami, dan memberikan pengaruh positif kepada audiens. Dengan demikian, video motivasi yang disampaikan melalui media sosial TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga dapat menjadi media komunikasi persuasif yang efektif dalam memberikan edukasi dan motivasi kepada masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian retorika digital, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif pada konten motivasi di media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Aristoteles. (2021). *Retorika*. Yogyakarta: Basabasi.
- Clear, J. (2022). *Atomic Habits: Perubahan Kecil yang Memberikan Hasil Luar Biasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gantira, E. (2024). Studi Kasus Dakwah Ustadzah Nafisah Trainer Sebagai Bentuk Komunikasi Retorika di Media TikTok. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 130–145.
- Kennedy, G. A. (2021). *Aristotle On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. Oxford University Press.
- Majidz, N. T., Vera, N., & Jati, R. P. (2025). Analisis Komunikasi Persuasif dalam Konten Edukasi Kesehatan di TikTok: Studi Retorika Ethos, Pathos, Logos pada Akun @doctor.incognito_99. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 6(2), 1523–1536.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673.
- Omar, B., & Dequan, W. (2022). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(1), 121–137.
- Pera, A., & Aiello, L. M. (2023). *Shifting Climates: Climate Change Communication from YouTube to TikTok*. arXiv Preprint arXiv:2312.04974.
- Rahmalia, M. N., & Laili, L. (2025). The Intensity of Using TikTok Social Media as a Mediator of Self-Esteem and Body Image in Adolescents. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 13(1), 1–12.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet Meme: Conceptualizing Technological Mimesis and Imitation Publics on the TikTok Platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Mahsun. (2021). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.