



## RETORIKA DONALD TRUMP DALAM KAMPANYE 2020: STRATEGI KOMUNIKASI DI TWITTER DAN YOUTUBE

**Karina Aulia Putri<sup>1</sup>, Tswaibah Aslamiyah<sup>2</sup>, Naufal Andyas Dary F<sup>3</sup>, Ahmad Syahrul Munir<sup>4</sup>, Pia Khoirotun Nisa<sup>5</sup>**

[karinaauliaputri17@gmail.com](mailto:karinaauliaputri17@gmail.com)<sup>1</sup>, [tswaibah14@gmail.com](mailto:tswaibah14@gmail.com)<sup>2</sup>, [naufalandyas01@gmail.com](mailto:naufalandyas01@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[arulnir1@gmail.com](mailto:arulnir1@gmail.com)<sup>4</sup>, [pia.khoirotun@uinjkt.ac.id](mailto:pia.khoirotun@uinjkt.ac.id)<sup>5</sup>

**UIN Syarif Hidayatullah Jakarta**

**Abstrak:** Penelitian ini membahas strategi retorika politik Donald J. Trump dalam kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2020, dengan fokus pada penggunaan media sosial, khususnya Twitter dan YouTube, sebagai sarana utama komunikasi politik. Melalui pendekatan retorika klasik—yang mencakup elemen ethos, pathos, dan logos—serta konsep The Five Canons of Rhetoric, kajian ini menganalisis bagaimana Trump membangun narasi politik, memobilisasi emosi publik, dan menciptakan realitas politik alternatif yang memperkuat basis pendukungnya. Gaya komunikasi Trump yang provokatif, populis, dan penuh muatan emosional mencerminkan pergeseran dalam lanskap komunikasi politik modern dari yang rasional dan formal menuju pendekatan yang lebih personal, emosional, dan interaktif. Penelitian ini menunjukkan bahwa retorika politik di era digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaian, respons publik, dan viralitas pesan dalam ekosistem media sosial. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang peran media digital dalam membentuk wacana politik dan opini publik di masyarakat kontemporer.

**Kata Kunci:** Retorika Politik, Donald Trump, Komunikasi Digital, Ethos, Pathos, Logos, Media Sosial, Kampanye 2020, Konstruksi Realitas, Komunikasi Emosional, Twitter, Youtube.

### PENDAHULUAN

Dalam dunia politik modern, kemampuan berkomunikasi seorang kandidat politik menjadi faktor kunci dalam membangun citra diri, mempengaruhi opini publik, serta memenangkan dukungan massa. Retorika, sebagai seni berbicara yang persuasif, memainkan peranan penting dalam proses ini. Retorika bukanlah konsep baru; sejak zaman Yunani kuno, tokoh-tokoh besar seperti Aristoteles, Cicero, dan Quintilianus telah membangun dasar-dasar teori retorika yang terus relevan hingga hari ini. Salah satu warisan penting dari tradisi klasik ini adalah konsep The Five Canons of Rhetoric, yaitu: Inventio (penemuan ide), Dispositio (penyusunan ide), Elocutio (pemilihan gaya bahasa), Memoria (penguasaan materi), dan Pronuntiatio (penyampaian secara vokal dan gestural). Kelima tahap ini menjadi pedoman mendasar dalam membangun komunikasi yang efektif dan persuasif.

Selain menguasai struktur dan teknik retorika, karakter seorang orator juga menjadi faktor penting. Dalam teori komunikasi, orator diklasifikasikan menjadi beberapa tipe, seperti noble self (pribadi yang setia pada prinsipnya), rhetorical reflector (pembicara yang selalu menyesuaikan diri dengan audiens tanpa

mempertahankan pendirian), dan rhetorically sensitive (pembicara yang adaptif, namun tetap mempertimbangkan prinsip pribadi dan konteks sosial). Pemilihan gaya orasi juga menjadi bagian strategis dalam menyampaikan pesan. Bentuk-bentuk orasi meliputi impromptu (berbicara tanpa persiapan), manuskrip (membaca teks tertulis), memoriter (menghafal teks), dan ekstemporer (berbicara dengan persiapan kerangka utama tanpa menghafal teks secara utuh). Pemahaman tentang karakter orator dan jenis orasi ini sangat menentukan efektivitas penyampaian pesan dalam berbagai situasi komunikasi, termasuk dalam konteks politik.

Di tengah era digital, di mana media sosial menjadi saluran utama komunikasi politik, kemampuan menggunakan retorika dengan efektif menjadi semakin krusial. Salah satu tokoh politik kontemporer yang menunjukkan penerapan retorika secara kuat dan menarik adalah Donald J. Trump, Presiden Amerika Serikat ke-45. Dalam kampanye pemilihan umum tahun 2020, Trump kembali menunjukkan bagaimana ia menggunakan media sosial seperti Twitter dan YouTube sebagai arena utama untuk membangun narasi politiknya dan memobilisasi pendukungnya.

Trump bukanlah orator konvensional dalam tradisi politik Amerika. Gaya bicaranya yang langsung, provokatif, emosional, dan kadang penuh hiperbola, justru menjadi kekuatan yang membedakannya dari politisi lain. Dalam retorikanya, ia sering kali mengabaikan aturan formal komunikasi politik yang biasanya menekankan kesopanan, rasionalitas, dan argumentasi berbasis data. Sebaliknya, Trump mengandalkan pendekatan emosional (pathos), membangun kredibilitas berdasarkan identitas populisnya (ethos), serta sesekali menggunakan logika sederhana (logos) yang mudah dicerna oleh massa. Strategi ini memungkinkan Trump untuk menciptakan keterikatan emosional dengan basis pendukungnya, memperkuat loyalitas, dan menciptakan narasi bahwa ia adalah satu-satunya pembela rakyat biasa melawan elite politik yang korup.

Dalam konteks kampanye 2020, penggunaan Twitter dan YouTube oleh Trump menjadi sorotan utama. Melalui Twitter, ia menyampaikan pesan-pesan politik dalam bentuk cuitan singkat, padat, dan sering kali penuh emosi. Twitter memberinya kesempatan untuk berbicara langsung kepada publik tanpa filter dari media tradisional, memungkinkan Trump untuk membentuk wacana publik sesuai dengan narasi yang diinginkannya. Di sisi lain, YouTube digunakan untuk mengunggah pidato-pidato kampanye yang lebih panjang, video pendek dengan muatan simbolik, serta klip-klip yang menegaskan kembali klaim-klaim kampanyenya. Kedua platform ini membentuk ekosistem komunikasi digital yang efektif dalam mendistribusikan pesan-pesan politik Trump kepada audiens luas secara instan.

Dalam analisis retorika klasik, keberhasilan persuasi bergantung pada tiga pilar utama: ethos (karakter dan kredibilitas pembicara), pathos (kemampuan membangkitkan emosi audiens), dan logos (penggunaan logika dan argumen rasional). Pada gaya komunikasi Trump, ketiga elemen ini hadir namun dalam proporsi yang berbeda dibandingkan dengan politisi tradisional. Pathos menjadi elemen dominan dalam retorikanya, dengan Trump sering kali menggunakan narasi krisis, ketidakadilan, dan ancaman untuk membangkitkan kemarahan, ketakutan, atau kebanggaan nasionalisme di antara para pendukungnya. Ethos dibangun melalui penggambaran dirinya sebagai outsider politik, "orang kuat" yang berani melawan sistem, serta sebagai representasi langsung dari rakyat biasa. Sementara

itu, logos dalam komunikasi Trump sering kali hadir dalam bentuk simplifikasi masalah, penggunaan logika dikotomis ("kami" versus "mereka"), atau pengulangan klaim sederhana yang memperkuat keyakinan audiens terhadap narasi yang ia bangun, walaupun tidak selalu didukung data faktual yang kuat.

Contoh konkret dari penerapan strategi retorika Trump dapat dilihat dalam pidatonya berjudul "If you count the legal votes, I easily win", yang diunggah di kanal YouTube The Telegraph. Dalam pidato tersebut, Trump dengan percaya diri mengklaim kemenangan berdasarkan "suara sah" tanpa memberikan bukti konkret. Ia menggunakan hiperbola ("easily win", "massive victories") untuk membangun persepsi kekuatan dan kemenangan, sekaligus menciptakan keraguan terhadap legitimasi proses pemilu melalui tuduhan adanya "suara tidak sah" dan "suara yang datang terlambat". Ini merupakan contoh penggunaan pathos untuk membangkitkan kemarahan dan rasa ketidakadilan di kalangan pendukungnya, serta sekaligus memperkuat ethos-nya sebagai korban dari sistem yang tidak adil.

Gaya retorika Trump selama kampanye 2020 juga mencerminkan strategi framing yang kuat. Ia membingkai pertarungan politik bukan sekadar sebagai persaingan antar partai, melainkan sebagai pertarungan moral antara "patriot sejati" melawan "pengkhianat bangsa". Framing ini mempertegas dikotomi moral dan memperkuat ikatan emosional antara Trump dan basis pendukungnya. Dengan menggunakan istilah-istilah simbolik seperti "freedom", "save America", dan "fight like hell", Trump tidak hanya berbicara kepada rasionalitas audiens, tetapi terutama kepada perasaan identitas, solidaritas, dan keterancaman yang mereka rasakan.

Dinamika penggunaan media sosial oleh Trump menegaskan pentingnya memahami bagaimana media digital mengubah cara politisi membangun dan menyebarkan retorika politik mereka. Dalam ekosistem digital, pesan politik tidak lagi berbentuk linear satu arah, melainkan bersifat interaktif dan viral. Pesan-pesan yang disampaikan Trump tidak hanya dikonsumsi oleh pengikutnya, tetapi juga diproduksi ulang dalam bentuk komentar, meme, tagar seperti #StopTheSteal, hingga aksi-aksi nyata seperti demonstrasi di dunia offline. Hal ini menunjukkan bahwa retorika politik di era digital tidak hanya tentang apa yang disampaikan politisi, tetapi juga tentang bagaimana publik menginterpretasikan, memodifikasi, dan menyebarkannya kembali.

Dalam konteks paradigma konstruktivis, realitas politik yang dibangun Trump melalui Twitter dan YouTube bukan sekadar refleksi dari fakta objektif, melainkan konstruksi sosial yang dihasilkan melalui narasi, gaya bahasa, dan pengemasan pesan. Melalui proses ini, Trump tidak hanya berusaha memenangkan suara dalam pemilu, tetapi juga membentuk realitas politik alternatif di mana dirinya adalah pemimpin sah yang diperangi oleh elite korup. Retorika Trump berfungsi membentuk makna kolektif di antara pendukungnya, memperkuat identitas kelompok, serta menciptakan kerangka interpretasi terhadap peristiwa politik.

Lebih jauh, analisis terhadap gaya retorika Trump mengungkap bagaimana politik emosional menjadi strategi sentral dalam kampanye politik modern. Politik tidak lagi semata-mata soal adu program atau ideologi, tetapi tentang siapa yang mampu membangkitkan perasaan kolektif—baik itu ketakutan, kemarahan, harapan, atau kebanggaan—yang kuat dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, pendekatan retorika Trump dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi emosional yang sengaja dirancang untuk menggerakkan massa melalui pemicu emosional

daripada argumentasi rasional semata.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memahami bagaimana Donald Trump membangun retorika politiknya dalam kampanye 2020 melalui strategi komunikasi di Twitter dan YouTube. Fokus utama diarahkan pada identifikasi elemen retorika (*ethos*, *pathos*, *logos*) yang digunakan, bagaimana pesan-pesan tersebut dikonstruksi dan disampaikan, serta bagaimana gaya komunikasi tersebut berkontribusi pada pembentukan realitas politik di kalangan pendukungnya. Penelitian ini penting tidak hanya untuk memahami dinamika politik Amerika Serikat dalam konteks pemilu 2020, tetapi juga untuk melihat lebih luas bagaimana retorika politik bertransformasi di era media sosial.

Dengan memahami gaya retorika Donald Trump, kita dapat menelaah lebih jauh pergeseran lanskap komunikasi politik kontemporer—dari yang sebelumnya berbasis logika dan rasionalitas, menuju pada komunikasi berbasis emosi, identitas, dan konstruksi realitas melalui media digital. Kajian ini juga menjadi kontribusi penting dalam pengembangan studi komunikasi politik, terutama terkait dengan bagaimana figur publik menggunakan strategi komunikasi untuk membentuk opini publik dan arah diskursus politik dalam masyarakat modern.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah analisis wacana retorika. Metode ini bertujuan untuk menganalisis struktur pidato dan pesan politik yang disampaikan, dengan fokus pada unsur-unsur retorika klasik (lima tahap retorika: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, dan *pronuntiatio*) serta tipe orasi dan gaya komunikasi orator.

Melalui metode ini, peneliti akan menelaah bagaimana Trump menyusun argumen, memilih gaya bahasa, menyampaikan pesan secara verbal/non-verbal, serta membangun citra melalui platform digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Analisis Retorika Donald Trump Dalam Kampanye 2020: Strategi Komunikasi Di Twitter Dan Youtube**

Dalam karyanya *Retorika*, Aristoteles menjelaskan bahwa kemampuan berbicara secara persuasif bukanlah sekadar seni menyampaikan pesan, melainkan keterampilan untuk menentukan cara paling efektif dalam mempengaruhi audiens sesuai situasi yang dihadapi. Ia merumuskan tiga unsur penting dalam retorika, yakni *ethos* (karakter dan kredibilitas pembicara), *pathos* (kemampuan membangkitkan emosi audiens), dan *logos* (penalaran logis atau argumen). Ketiganya menjadi landasan utama dalam membentuk pesan yang dapat diterima secara rasional dan emosional. Ketika ditinjau dalam konteks kampanye politik Donald Trump pada pemilu presiden 2020, khususnya melalui platform digital seperti Twitter dan YouTube, tampak bahwa elemen-elemen ini dimanfaatkan secara strategis untuk memperkuat pengaruh politiknya.

Dari sisi *ethos*, Trump mencitrakan dirinya sebagai pemimpin yang berbeda dari politisi tradisional. Ia tampil sebagai figur independen yang tidak terikat pada sistem lama yang dianggap korup atau tidak efektif. Dalam retorika Aristoteles, karakter pembicara sangat berpengaruh dalam meyakinkan audiens. Trump membangun citra sebagai pemimpin yang jujur dan berani menghadapi kritik, serta memiliki rekam jejak sebagai pebisnis sukses. Citra ini semakin diperkuat dengan

gaya komunikasinya yang spontan dan lugas, yang di kalangan pendukungnya dianggap sebagai tanda keaslian dan ketegasan.

Sementara itu, pathos atau aspek emosional sangat kentara dalam cara Trump menyampaikan pesannya. Ia sering kali membangkitkan perasaan takut, marah, atau bangga dalam diri audiens. Misalnya, dengan menekankan isu-isu seperti ancaman imigrasi ilegal, penurunan ekonomi, dan perlunya menjaga identitas nasional, ia menciptakan narasi yang menggerakkan emosi. Kalimat-kalimat seperti "America First" dan "Save Our Country" adalah contoh bagaimana bahasa simbolik digunakan untuk menguatkan keterikatan emosional dengan pendukung.

Dari segi logos, Trump membangun argumen dengan logika sederhana yang mudah dipahami. Ia menggunakan narasi berulang untuk memperkuat gagasan bahwa kebijakannya membawa kemajuan ekonomi dan keamanan nasional. Meskipun argumen-argumennya tidak selalu didukung oleh data yang rinci atau validasi ilmiah, penekanannya pada hasil konkret dan janji yang terus diulang membuat pesannya tetap kuat dan efektif bagi sebagian besar pendengarnya. Aristoteles sendiri menjelaskan bahwa keberhasilan logos tidak semata-mata bergantung pada fakta, tetapi pada sejauh mana argumen itu tampak masuk akal bagi audiens.

Yang tak kalah penting adalah pemanfaatan media sosial sebagai ruang utama komunikasi politik. Trump menggunakan Twitter dan YouTube untuk menyampaikan pesan tanpa perantara media tradisional. Menurut Aristoteles, efektivitas retorika sangat tergantung pada konteks dan media yang digunakan. Melalui platform digital, Trump dapat mengatur waktu, gaya, dan isi pesannya secara langsung, serta menyesuaikannya dengan dinamika publik yang terus berubah. Hal ini memungkinkan dirinya membangun narasi yang cepat menyebar dan mudah diterima oleh pendukungnya.

Secara keseluruhan, keberhasilan retorika Trump dalam kampanye 2020 mencerminkan relevansi teori Aristoteles dalam konteks komunikasi modern. Ia memadukan karakter personal, emosi publik, dan logika sederhana untuk menciptakan kampanye politik yang efektif, terutama dalam era media sosial yang sangat responsif terhadap gaya komunikasi langsung dan emosional. Dengan memahami kebutuhan dan kondisi psikologis audiensnya, Trump menunjukkan bahwa prinsip-prinsip klasik dalam retorika tetap ampuh, bahkan di tengah teknologi dan budaya komunikasi yang telah berubah secara drastis.

## **KESIMPULAN**

Retorika Donald Trump dalam kampanye 2020 melalui komunikasi di Twitter dan YouTube menunjukkan penerapan unsur-unsur retorika klasik secara strategis. Trump menggunakan *inventio* dengan mengangkat isu sentral mengenai kecurangan pemilu, menyusun argumen melalui *dispositio* yang terstruktur, dan menyampaikan pesan dengan *elocutio* yang penuh emosi dan repetisi. Ia juga menunjukkan konsistensi dalam penyampaian pesan (*memoria*) serta ekspresi vokal dan gestur yang meyakinkan dalam pidato di YouTube (*pronuntiatio*). Twitter berperan sebagai media penyebaran pesan secara cepat dan luas, sementara YouTube dimanfaatkan untuk memperkuat daya persuasi melalui komunikasi visual langsung.

Bentuk retorika Donald Trump dalam kampanye tersebut tercermin dalam penggunaan simbol-simbol politik seperti slogan "Stop the Steal" dan "We Never Concede" yang membangun solidaritas di antara pendukungnya. Gaya retorikanya bersifat persuasif dan provokatif, dengan narasi yang membingkai hasil pemilu sebagai tidak sah. Melalui Twitter dan YouTube, Trump tidak hanya membangun opini publik, tetapi juga menciptakan realitas politik alternatif yang berdampak pada mobilisasi massa di dunia nyata.

### **Saran**

#### a) Akademisi

Bagi akademisi, penelitian tentang retorika politik Donald Trump di media sosial menunjukkan pentingnya untuk terus mengkaji hubungan antara gaya komunikasi politik dengan dampaknya terhadap polarisasi publik. Diharapkan penelitian ke depan dapat memperluas analisis tidak hanya pada isi pesan, tetapi juga pada penerimaan audiens dan dinamika algoritma platform digital yang memperkuat penyebaran pesan-pesan retoris tersebut. Kajian semacam ini penting untuk memahami pola baru komunikasi politik di era digital, khususnya dalam konteks demokrasi modern.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- AFP. "#StopTheSteal, Trump Supporters' Viral Offensive to Discredit the Election." Guardian.Ng. Last modified 2020. <https://guardian.ng/news/stopthesteal-trump-supporters-viral-offensive-to-discredit-the-election/>
- Andi Tenri Sua, Heriyanti, Asrul Nazar. RETORIKA. Edited by Muldiyana and Andi Hajar. Pertama. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2023.
- Fuchs, Christian. Social Media. Edited by Michael Ainsley. 3rd ed. Vol. 58. London: SAGE Publications Ltd, 2021.
- Hasan, Kamaruddin. "Retorika Dan Politik." Handout Komunikasi Politik (2016): h. 1–9.
- Indri Nur Saputri, Komang Suryani. "PENGUNAAN BAHASA DALAM RETORIKA POLITIK: ANALISIS WACANA KRITIS." PROSIDING: SEMINAR NASIONAL SASINDO UNPAM 4, no. 2 (2024): h.102–114.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. "Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment." Echo Chamber (2020).
- Kjeldgaard-Christiansen, Jens. "The Voice of the People: Populism and Donald Trump's Use of Informal Voice." Society 61, no. 3 (2024): h. 289–302. <https://doi.org/10.1007/s12115-024-00969-7>.
- Lakoff, G. Don't Think of an Elephant!: The Essential Guide to Understanding the Right and the Left. Chelsea Green Publishing, 2004.
- Norman Fairclough. Language and Power. © Longman Group UK Limited 1989, By 2001.
- Rajiyem. "Sejarah Dan Perkembangan Retorika." Humaniora 17, no. 2 (2005): h. 142–153.
- Rosmanto, Yoga, et al. "Konflik Pasca Pemilu Amerika Serikat Tahun 2020 Ditinjau Dari Social Identity Theory." Journal Education and Development 9, no. 2 (2021): h. 468–472.
- Saedeem, Mohammad, and Naser N. AlBzour. "Donald Trump's Denial Speeches of the 2020 United States Presidential Election's Results: A Critical Discourse Analysis Perspective." Advances in Language and Literary Studies 13, no. 1 (2022): h.32.
- Sara Ahmadian, Sara Azarshahi, Delroy L. Paulhus. Explaining Donald Trump via Communication Style: Grandiosity, Informality, and Dynamism. Personality and Individual Differences, 2017. <https://s100.copyright.com/AppDispatchServlet?publisherName=ELS&contentID=S0>

191886916311187&orderBeanReset=true

- Sherman, Amy. "Donald Trump's Pants on Fire Claim about Illegal Votes." Politifact.Com. Last modified 2020. <https://www.politifact.com/factchecks/2020/nov/06/donald-trump/donald-trumps-pants-fire-claim-about-illegal-votes/>
- Sidik, Anwar Maulana, and Zuliyani M Rizky. "Media Dan Digitalisasi Gerakan Sosial: Aktivisme K-Poppers Di Twitter Dalam Merespon Kampanye Trump Tahun 2020 Dan Black Lives Matter." *Khazanah: Jurnal Mahasiswa* 13, no. 2 (2022): h.50–55.
- Specter, Emma. "As Trump Supporters Stormed the Capitol, Journalists Documented the Chaos in Real Time." *Vogue*. Last modified 2021. <https://www.vogue.com/article/trump-supporters-stormed-the-capitol-journalists-documented-the-chaos>
- Sulistiyarini, D. & Zainal, G.A. *Buku Ajar RETORIKA*. Edited by Khaerul Ikhwan. CV. AA. Rizky. Pertama. Vol. 51. Serang, Banten: CV. AA. RIZKY, 2020.
- Vargas, Ramon Antonio. "January 6: Judge Hints Trump Wanted Supporters to 'Do More' than Protest." *Www.Theguardian.Com*. Last modified 2022. [https://www.theguardian.com/us-news/2022/dec/29/donald-trump-judge-hints-supporters-more-than-protest-jan-6,](https://www.theguardian.com/us-news/2022/dec/29/donald-trump-judge-hints-supporters-more-than-protest-jan-6)
- Wahyuningsih, Eva, Andi Unde, and Muhammad Akbar. "Social Media as a Strategy Political Communication" (2023).
- Wulan, E P S, et al. *Retorika Dan Dialektika Komunikasi Publik*, 2024.
- Yovana, Kesi, Andina Reftiyani Putri, and Pesat Gatra. "Strategi Kampanye Donald Trump Pada Pemilihan Umum Amerika Serikat." *Mjir) Moestopo Journal International Relations* 2, no. 1 (2022): h.1–16.