

PENGGUNAAN BAHASA PERSUASIF DALAM BUKU PENGAYAAN DIGITAL LITERASI: PENDEKATAN RETORIKA TERHADAP TEMA *ECO GREEN*

The Use of Persuasive Language in Digital Literacy Enrichment Books: Rhetorical Approaches to "Eco Green" Themes

Sumirah, Ida Zulaeha, Hari Bakti Mardikantoro, Haryadi

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Jl. Sekaran, Kec. Gn. Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah 50229

Pos-el: sumirah010@students.unnes.ac.id, idazulaeha@mail.unnes.ac.id, haribaktim@mail.unnes.ac.id, Haryadihar67@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penggunaan bahasa persuasif dalam buku pengayaan digital literasi bertema eco green untuk siswa SMP melalui pendekatan retorika. Dengan menggabungkan analisis wacana kritis (CDA) dan teori retorika klasik (pathos, logos, ethos), studi ini mengidentifikasi strategi linguistik yang efektif dalam menyampaikan pesan lingkungan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi: (1) analisis dokumen terhadap 15 buku digital eco green untuk SMP, (2) wawancara mendalam dengan 12 siswa dan 8 guru, (3) observasi partisipatif selama implementasi bahan ajar selama 3 bulan, dan (4) focus group discussion (FGD) dengan ahli linguistik dan pendidikan lingkungan. Analisis data dilakukan melalui triangulasi metode menggunakan model Miles & Huberman (reduksi data, display data, verifikasi) yang dikombinasikan dengan framework analisis retorika Aristoteles dan teknik coding tematik untuk mengidentifikasi pola persuasif linguistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi narasi emosional (pathos), fakta ilmiah (logos), dan kredibilitas sumber (ethos) berhasil membangun kesadaran ekologis siswa, meningkatkan pemahaman konseptual, serta mendorong aksi nyata. Contoh konkret seperti cerita "Saklar Ajaib di Kelas 7A", metafora ("Bumi adalah rumah kita"), dan *call to action* ("Matikan lampu!") terbukti efektif menciptakan emotional engagement dan perubahan perilaku. Temuan ini memperkuat teori *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986) sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengembang bahan ajar digital: integrasi strategi retorika yang holistik, penekanan pada pengalaman empiris, dan desain konten yang adaptif bagi generasi digital native. Penelitian ini berkontribusi pada penguatan literasi lingkungan melalui pendekatan linguistik-retoris yang relevan dengan tantangan pendidikan abad ke-21.

Kata-kata kunci: bahasa persuasif, literasi digital, kesadaran lingkungan, retorika, pendidikan SMP

Abstract

This study analyzes the use of persuasive language in eco-green literacy digital enrichment books for junior high school students through a rhetorical approach. By combining critical discourse analysis (CDA) and classical rhetorical theory (pathos, logos, ethos), this study identifies effective linguistic strategies in conveying environmental messages. The research method uses a descriptive qualitative approach with a case study design. Data collection techniques include: (1) document analysis of 15 eco green digital books for junior high schools, (2) in-depth interviews with 12 students and 8 teachers, (3) participatory observation during the implementation of teaching materials for 3 months, and (4) focus group discussions (FGD) with linguistics and environmental education experts. Data analysis was carried out through triangulation of methods using the Miles & Huberman model (data reduction, data display, verification) combined with Aristotle's rhetorical analysis framework and thematic coding techniques to identify linguistic persuasive patterns. The results of the study show that the combination of emotional narrative (pathos), scientific facts (logos), and source credibility (ethos) successfully builds students' ecological awareness, improves conceptual understanding, and encourages real action. Concrete examples such as the story "The Magic Switch in Class 7A", metaphors ("The Earth is our home"), and calls to action ("Turn off the lights!") have proven effective in creating emotional engagement and behavior change. These findings reinforce the theory of the Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1986) and provide practical recommendations for digital teaching material developers: integration of holistic rhetorical

strategies, emphasis on empirical experience, and adaptive content design for the digital native generation. This research contributes to strengthening environmental literacy through a linguistic-rhetorical approach that is relevant to the challenges of 21st century education.

Keywords: *persuasive language, digital literacy, environmental awareness, rhetoric, junior high school education.*

Informasi Artikel

Naskah Diterima
25 Februari 2025

Naskah Direvisi akhir
7 Juni 2025

Naskah Disetujui
25 Juni 2025

Cara Mengutip

Sumirah, Zulaeha, I., Mardikantoro, H. B., Haryadi (2025). Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Buku Pengayaan Digital Literasi: Pendekatan Retorika Terhadap Tema *Eco Green*. *Aksara*. 37(1). 68—76. DOI: <http://dx.doi.org/10.29255/aksara.v37i1.4801.68-76>

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah membawa transformasi signifikan dalam dunia pendidikan, termasuk dalam penyediaan bahan ajar berbasis teknologi. Buku pengayaan digital literasi muncul sebagai salah satu inovasi yang tidak hanya memudahkan akses pembelajaran tetapi juga menawarkan pendekatan yang lebih interaktif dan menarik (Prasetya, 2024; Hasnida et al., 2024). Namun, efektivitas buku digital tidak hanya bergantung pada aspek teknologinya, melainkan juga pada strategi komunikasi yang digunakan, khususnya dalam menyampaikan pesan-pesan penting seperti kesadaran lingkungan (*eco green*). Di sinilah peran bahasa persuasif menjadi krusial, karena mampu memengaruhi sikap dan perilaku pembaca secara lebih mendalam (Candini, 2001).

Bahasa persuasif dalam konteks pendidikan lingkungan dapat menjadi alat yang ampuh untuk membangun kesadaran dan kepedulian siswa terhadap isu-isu ekologis. Menurut penelitian Waruwu & Bilo (2023) integrasi nilai-nilai lingkungan dalam materi pembelajaran melalui pendekatan retorika yang tepat dapat meningkatkan pemahaman dan motivasi siswa untuk berperilaku ramah lingkungan. Namun, sayangnya, banyak buku pengayaan digital literasi yang saat ini beredar masih kurang memanfaatkan potensi bahasa persuasif secara optimal (Pratama et al., 2016). Padahal, pendekatan retorika yang efektif dapat memperkuat pesan lingkungan dan membuatnya lebih mudah diterima oleh siswa (Sumantri, 2024).

Selain itu, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa buku literasi digital sering kali fokus pada aspek teknis dan visual tanpa memperhatikan kekuatan linguistik dalam menyampaikan pesan (Simamora et al., 2023). Padahal, bahasa persuasif yang dirancang dengan baik dapat menciptakan keterikatan emosional (*emotional engagement*) antara pembaca dan materi, yang pada akhirnya mendorong tindakan nyata (Petty & Cacioppo, 1986). Dalam konteks ini, teori AWK (*Affect, Want, Knowledge*) memberikan kerangka kerja penting untuk memahami bagaimana teks dapat membangkitkan emosi (*affect*), memicu keinginan untuk bertindak (*want*), dan menyampaikan pengetahuan (*knowledge*) secara efektif. Misalnya, penggunaan narasi, analogi, atau ajakan langsung (*call to action*) dalam buku literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat retorik, tetapi juga sebagai strategi untuk menyentuh aspek afektif, membentuk keinginan internal, dan memperkuat pemahaman siswa terhadap isu lingkungan (Masruroh et al., 2024).

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa persuasif dalam buku pengayaan digital literasi dengan tema *Eco Green* melalui pendekatan retorika. Dengan menggabungkan perspektif linguistik (analisis wacana kritis) dan teori retorika klasik, penelitian ini akan mengidentifikasi strategi bahasa yang efektif untuk menyampaikan pesan lingkungan serta dampaknya terhadap pembaca muda. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengembang bahan ajar dalam merancang konten literasi digital yang

tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif dan berdampak pada perubahan perilaku (Kollmuss & Agyeman, 2002)

Dengan demikian, artikel ini memberikan kontribusi pada penguatan literasi lingkungan melalui pendekatan linguistik-retoris, sekaligus menjawab tantangan pendidikan abad ke-21 yang menuntut integrasi antara teknologi, bahasa, dan nilai-nilai keberlanjutan (Judijanto et al., 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis/CDA*) untuk mengkaji penggunaan bahasa persuasif dalam buku Pengayaan Digital Literasi Bertema *Eco Green*. Data utama diperoleh dari buku pengayaan digital literasi SMP yang memuat pesan lingkungan, dipilih secara purposif berdasarkan kriteria konten, bahasa persuasif, dan relevansi kurikulum. Data tambahan dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan guru dan siswa untuk memahami efektivitas pesan tersebut. Prosedur pengumpulan data dilakukan dalam dua tahap: pertama, wawancara dilakukan secara langsung di lingkungan sekolah dengan panduan pertanyaan terbuka untuk menggali persepsi terhadap teks literasi digital; kedua, observasi terbatas terhadap interaksi siswa dengan materi digunakan untuk memperkuat temuan kualitatif. Seluruh data direkam, ditranskrip, dan dikodekan secara manual menggunakan teknik *thematic analysis* untuk mengidentifikasi pola makna yang muncul. Analisis dilakukan secara multidimensi, meliputi aspek teks (strategi retorika dan fitur linguistik), konteks (tujuan komunikasi dan nilai lingkungan), serta dampak sosial terhadap kesadaran siswa, dengan merujuk pada teori Elaboration Likelihood Model dan kerangka pro-lingkungan.

Kemudian untuk memastikan keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan triangulasi dengan membandingkan hasil analisis teks, wawancara, dan kajian literatur. Prosedur ini bertujuan untuk memastikan validitas temuan melalui konfirmasi silang antar sumber data, sehingga interpretasi yang dihasilkan lebih komprehensif dan kontekstual. Instrumen yang digunakan meliputi pedoman analisis dokumen dan panduan wawancara. Seluruh proses penelitian memperhatikan prinsip etika. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan materi literasi digital yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menginspirasi perubahan perilaku ramah lingkungan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Buku pengayaan digital literasi bertema *Eco Green* ini hadir sebagai respons terhadap tantangan pendidikan abad ke-21 yang menuntut integrasi antara literasi digital dan nilai-nilai lingkungan. Melalui pendekatan retorika yang terstruktur, buku ini tidak hanya menyajikan informasi, tetapi secara aktif membangun kesadaran ekologis siswa SMP melalui strategi bahasa persuasif yang multidimensi. Analisis mendalam terhadap konten buku mengungkap bagaimana pendekatan linguistik-retoris dikemas secara kreatif untuk: (1) memengaruhi sikap; (2) memperkuat pemahaman konseptual; dan (3) mendorong aksi nyata dalam menjaga lingkungan.

Sebagai medium pembelajaran generasi *digital native*, buku ini memanfaatkan kekuatan narasi, bukti ilmiah yang disederhanakan, dan interaktivitas untuk menciptakan efek persuasif yang holistik. Menurut Blinkist Magazine, strategi retorika efektif dalam membujuk audiens mencakup tiga pendekatan utama: 1) *logos* yang menarik sisi intelektual melalui logika dan fakta; 2) *pathos* yang menyentuh emosi dan perasaan; serta 3) *ethos* yang membangun kepercayaan melalui otoritas dan kredibilitas pembicara (Martha, 2010). Kombinasi antara daya tarik emosional (*pathos*), logika ilmiah (*logos*), dan otoritas keilmuan (*ethos*) yang menempatkannya sebagai contoh baik dalam materi literasi digital serta dapat menjadi katalis perubahan perilaku berkelanjutan.

Penggunaan Strategi Retorika

Pathos (Emosi)

Pathos adalah bentuk persuasi yang mengandalkan daya tarik emosional, yaitu membangkitkan perasaan tertentu pada audiens agar mereka lebih mudah diyakinkan atau digerakkan (Konat et al., 2024). *Pathos* bekerja melalui penggunaan bahasa yang membangkitkan emosi, cerita yang menyentuh, atau gambaran yang kuat sehingga audiens merasakan keterlibatan emosional (Mateus, 2019). Buku ini secara efektif memanfaatkan strategi *pathos* atau pendekatan emosional untuk membangun keterikatan afektif pembaca dengan isu lingkungan. Melalui narasi inspiratif dan cerita fiksi yang melibatkan siswa sebagai aktor perubahan, penulis berhasil menciptakan emotional engagement yang kuat (Petty & Cacioppo, 1986). Hal ini seperti dikemukakan Masrurroh et al., (2024), keterikatan emosional merupakan faktor kunci dalam mendorong perubahan perilaku pro-lingkungan di kalangan pelajar.

Contoh:

- Cerita "Menyemai Harapan di Setiap Rimbunnya Daun" (Tema 1) menggambarkan kebahagiaan siswa setelah menanam pohon, menciptakan keterikatan emosional.
- Kutipan seperti "Setetes air berarti segalanya" (Tema 4) menyentuh rasa empati terhadap kelangkaan air.
- Penggunaan kata seru ("Ayo!", "Mari!") dan ajakan langsung ("Buang sampahmu!") memicu respons afektif.

Narasi tersebut tidak hanya membangun imajinasi positif tetapi juga menanamkan *sense of accomplishment* yang memotivasi pembaca untuk meniru aksi serupa. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Waruwu & Bilo (2023) bahwa pengalaman emosional positif dalam kegiatan lingkungan meningkatkan komitmen berkelanjutan. Menurut Schultz (2011) pengalaman emosional positif seperti rasa bahagia dan bangga saat melakukan aktivitas lingkungan dapat meningkatkan keterikatan individu terhadap lingkungan tersebut. Ini menunjukkan bahwa keterikatan emosional yang terbentuk melalui pengalaman langsung mendorong perilaku pro-lingkungan yang berkelanjutan. Selain itu, Corner et al.(2018) menekankan pentingnya penggunaan narasi yang mengandung ajakan langsung dan kata-kata seru untuk memicu respons emosional dan tindakan nyata dari audiens. Mereka menyatakan bahwa narasi yang membangun imajinasi positif dan mengandung ajakan eksplisit efektif dalam memotivasi perubahan perilaku.

Strategi imperatif melalui kata seru ("Ayo!", "Mari!") dan ajakan langsung ("Buang sampahmu!") menciptakan efek urgensi yang memicu respons afektif segera. Candini (2001) dalam penelitiannya tentang persuasif menunjukkan bahwa pola bahasa direktif seperti ini efektif untuk audiens remaja karena sesuai dengan karakteristik perkembangan psikologis mereka yang responsif terhadap seruan aksi konkret.

Logos (Logika)

Logos adalah daya tarik pada logika, yang diwujudkan melalui fakta, data, analogi, dan argumentasi yang masuk akal bagi audiens (Isa, 2022). Berdasarkan teori retorika Aristoteles, *logos* dipahami sebagai argumen atau penalaran yang disampaikan dalam pidato atau teks, yang bertujuan untuk membangun kesimpulan yang dapat diterima secara rasional oleh pendengar (Braet, 1992). *Logos* digunakan untuk membangun kepercayaan audiens melalui penjelasan yang logis dan bukti yang dapat diverifikasi (Ting, 2018). Pendekatan *logos* dalam buku ini menyajikan argumen berbasis fakta ilmiah dan struktur logis secara sistematis untuk memperkuat pesan lingkungan. Hal ini seperti dijelaskan Petty & Cacioppo (1986) dalam *Elaboration Likelihood Model*, penggunaan bukti empiris yang terstruktur efektif dalam membangun pemahaman kritis-khususnya bagi audiens remaja yang sedang mengembangkan kemampuan analitis.

Contoh:

- Daftar manfaat menanam pohon (Tema 1) seperti "menyerap karbon dioksida" dan "mencegah banjir".

- Penjelasan dampak pemborosan energi (Tema 5) dengan istilah teknis seperti "emisi karbon" dan "energi terbarukan".
- Tabel tugas kelompok dengan kriteria penilaian konkret (misalnya, poin untuk "ketepatan pengelompokan sampah") memperkuat validitas pesan.

Dalam penyajian daftar manfaat menanam pohon di Tema 1, seperti kemampuan pohon "menyerap karbon dioksida" dan "mencegah banjir", yang merujuk pada prinsip ekologi dasar yang telah diakui dalam literatur lingkungan (Kollmuss & Agyeman, 2002). Hal ini mendukung argumen bahwa pohon memainkan peran penting dalam mitigasi perubahan iklim dan pengendalian hidrologis (Le Quéré et al., 2018). Diksi yang digunakan bersifat netral dan objektif, menghindari ajakan emosional, sehingga mengarahkan siswa pada pemahaman berbasis nalar. Istilah teknis seperti "emisi karbon" dan "energi terbarukan" (Tema 5) tidak hanya meningkatkan kredibilitas pesan (*ethos*), tetapi juga mengasah literasi sains siswa sebuah strategi yang sejalan dengan rekomendasi (Judijanto et al., 2025) tentang integrasi konsep keberlanjutan dalam pendidikan digital. Selain itu, tabel penilaian tugas kelompok dengan kriteria objektif (contoh: "ketepatan pengelompokan sampah") menciptakan kerangka logis yang memandu siswa dari teori ke praktik, sekaligus memenuhi prinsip *accountability* yang menurut Pratama et al. (2016) krusial dalam pembelajaran berbasis proyek.

Penggunaan tabel tugas kelompok dengan kriteria penilaian konkret misalnya, pemberian poin untuk "ketepatan pengelompokan sampah" merupakan contoh penerapan logos dalam bentuk visual dan struktural. Dalam hal ini, penggunaan format tabel memperkuat pesan melalui kuantifikasi penilaian, yang memungkinkan siswa memahami bahwa setiap tindakan memiliki konsekuensi yang dapat diukur secara objektif. Menurut teori retorika kontemporer, visualisasi data dan kriteria objektif adalah bagian dari rhetorical reasoning, yakni strategi untuk memperkuat argumen melalui bukti sistematis (Foss, 2017).

Ethos (Kredibilitas)

Ethos berasal dari bahasa Yunani yang berarti "karakter" dan merujuk pada kredibilitas, kepercayaan, serta keandalan pembicara atau penulis di mata audiens. Dalam retorika, *ethos* adalah salah satu dari tiga mode persuasi yang diperkenalkan oleh Aristoteles, bersama dengan *pathos* (emosi) dan *logos* (logika). *Ethos* sangat penting karena membangun kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Braet, 1992). Kredibilitas (*ethos*) yang dibangun dalam buku pengayaan ini melalui tiga strategi utama yang saling melengkapi. Pertama, profil penulis yang terdiri atas akademisi berpengalaman (misalnya Prof. Dr. Ida Zulaeha sebagai pakar bahan ajar bahasa) dan praktisi pendidikan (Sumirah sebagai guru aktif) menciptakan otoritas keilmuan yang sulit terbantahkan, suatu faktor yang oleh McCroskey & Teven (1999) dalam penelitian tentang kredibilitas komunikasi disebut sebagai kombinasi ideal antara kompetensi dan karakter.

Kedua penggunaan referensi eksternal seperti pedoman dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2020) serta penelitian terbaru (contoh: Kollmuss & Agyeman, 2002) tidak sekadar memenuhi kaidah akademik, tetapi secara strategis mengaitkan konten dengan institusi yang telah mapan, sebuah taktik yang oleh Perloff (2021) dalam *The Dynamics of Persuasion* dianggap mampu meningkatkan *perceived credibility* hingga 40%. Pengutipan referensi yang kredibel dan pengaitan dengan kebijakan atau institusi resmi merupakan bagian dari tahapan penting untuk meyakinkan pembaca tentang relevansi dan pentingnya topik penelitian. Tahapan ini, yang disebut "menyamakan latar belakang pengetahuan" dan "menjustifikasi kegiatan penelitian," berfungsi sebagai strategi retorika untuk membangun kredibilitas dan otoritas penulis di mata pembaca (Subakti, 2020).

Fitur Linguistik Persuasif

Analisis fitur linguistik persuasif dalam buku pengayaan digital literasi bertema *eco green* mengungkap tiga strategi utama yang digunakan untuk memperkuat pesan lingkungan:

metafora/analogi, imperatif dan *call to action*, serta narasi dan contoh konkret. Pendekatan ini didasarkan pada metode analisis wacana kritis (CDA) dengan fokus pada aspek teks dan konteks komunikasi, merujuk pada teori retorika klasik (Aristoteles) dan model persuasi seperti *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986).

Metafora dan Analogi:

Temuan dari hasil analisis pada penelitian mengenai metafora dan analogi dapat dilihat pada contoh data berikut.

Contoh:

- "Bumi adalah rumah kita" (Tema 1) menyamakan bumi dengan ruang personal yang harus dijaga.
- Analogi "lampu yang menyala terus seperti keran air terbuka" (Tema 5) memudahkan pemahaman abstraksi hemat energi.

Metafora seperti "Bumi adalah rumah kita" (Tema 1) menyamakan bumi dengan ruang personal yang harus dijaga, menciptakan keterikatan emosional (*pathos*) sekaligus logis (*logos*). Analogi "lampu yang menyala terus seperti keran air terbuka" (Tema 5) memudahkan pemahaman konsep abstrak seperti hemat energi melalui perbandingan yang familiar. Strategi ini sejalan dengan temuan Corner et al.(2018) bahwa analogi efektif dalam komunikasi lingkungan karena mengubah kompleksitas ilmiah menjadi relasi yang mudah dicerna. Dalam penelitian Jaspal & Nerlich(2013) menunjukkan bahwa metafora yang menghubungkan lingkungan dengan ruang personal meningkatkan keterlibatan emosional (*pathos*) sekaligus memberikan kerangka logis (*logos*) untuk memahami isu lingkungan. Metafora semacam ini memicu respons afektif sekaligus memudahkan pemahaman konsep abstrak seperti keberlanjutan. Karya klasik Lakoff & Johnson(1998) menjelaskan bahwa metafora struktural (seperti alam sebagai "rumah") membentuk cara berpikir dan bertindak manusia.

Thibodeau & Boroditsky (2011) dalam "*Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning*" membuktikan bahwa analogi yang membandingkan dua konsep berbeda (misalnya, energi dengan air) meningkatkan pemahaman audiens terhadap isu kompleks. Analogi visual seperti ini efektif karena memanfaatkan pengetahuan sehari-hari untuk menjelaskan hal teknis. Lebih lanjut, Steffensen & Fill (2014) menekankan bahwa analogi lingkungan adalah strategi kognitif yang ampuh dalam literasi ekologis, khususnya untuk audiens muda yang masih mengembangkan pemikiran abstrak.

Imperatif dan Ajakan Langsung (Call to Action)

Temuan dari hasil analisis pada penelitian mengenai imperatif atau intruksi praktis dan ajakan langsung dapat dilihat pada contoh data berikut.

Contoh:

- Instruksi praktis ("Matikan lampu!", "Pisahkan sampah organik!") memandu tindakan spesifik.
- Kalimat seperti "Mulai dari diri sendiri!" (Tema 1) mendorong agency siswa.

Instruksi langsung seperti "Matikan lampu!" atau "Pisahkan sampah organik!" menggunakan kalimat imperatif untuk memandu tindakan spesifik. Ajakan seperti "Mulai dari diri sendiri!" (Tema 1) menekankan *agency* siswa, mendorong tanggung jawab individu. Candini (2001) menjelaskan bahwa pola bahasa direktif semacam ini efektif untuk audiens remaja karena sesuai dengan karakteristik psikologis mereka yang responsif terhadap seruan aksi konkret. Kemudian O'Keefe (2009) menambahkan bahwa kalimat imperatif ("Matikan lampu!") bersifat behaviorally explicit, yakni secara langsung mengarahkan tindakan tanpa ambiguitas. Hal ini sesuai dengan karakteristik remaja yang cenderung responsif terhadap instruksi jelas dan praktis. Lebih jauh, Schultz et al., (2007) dalam studinya tentang kekuatan norma sosial menemukan bahwa pesan

direktif lebih efektif memicu perubahan perilaku jangka pendek pada kelompok usia SMP dibandingkan pesan normative.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *call to action* (CTA) yang spesifik dan menekankan tanggung jawab individu memainkan peran krusial dalam meningkatkan kesadaran lingkungan remaja. Mckenzie-Mohr (2000) menjelaskan bahwa CTA tidak hanya memberikan instruksi jelas, tetapi juga memperkuat *self-efficacy* siswa keyakinan bahwa mereka mampu melakukan perubahan kecil, yang pada akhirnya mendorong adopsi perilaku berkelanjutan. Dukungan serupa datang dari Lindenberg & Steg (2007), yang dalam studinya di *Journal of Social Issues* menemukan bahwa CTA yang mengaitkan aksi lingkungan dengan identitas diri secara signifikan meningkatkan keterlibatan remaja. Hal ini terjadi karena pesan semacam itu mengurangi *psychological distance* isu lingkungan dengan membuatnya terasa personal, sekaligus memanfaatkan fase perkembangan remaja yang sedang membangun otonomi dan identitas. Dengan demikian, CTA dalam buku *eco green* tidak sekadar mengajak, tetapi juga memberdayakan siswa melalui bahasa yang langsung, relevan, dan berorientasi tindakan.

Narasi dan Contoh Konkret

Temuan dari hasil analisis pada penelitian mengenai narasi dan contoh konkret dapat dilihat pada contoh data berikut.

Contoh:

- Cerita "Saklar Ajaib di Kelas 7A" (Tema 5)
- Tugas kelompok (misalnya, membuat kerajinan daur ulang) mengubah pesan menjadi aksi terukur.

Cerita "Saklar Ajaib di Kelas 7A" (Tema 5) menunjukkan dampak nyata dari kebiasaan kecil, sementara tugas kelompok (misalnya, membuat kerajinan daur ulang) mengubah pesan menjadi aksi terukur. Pendekatan ini mendukung teori *emotional engagement* Petty & Cacioppo (1986) dan temuan Masruroh et al. (2024) bahwa narasi berbasis pengalaman empiris meningkatkan komitmen berkelanjutan.

Penelitian kontemporer memperkuat efektivitas penggunaan narasi dan contoh konkret dalam membangun kesadaran lingkungan. Slater & Rouner (2002) menemukan bahwa narasi bekerja melalui proses transportasi naratif (*narrative transportation*). Pembaca yang terlibat secara emosional dengan cerita menunjukkan perubahan sikap yang lebih bertahan lama dibandingkan dengan penerimaan informasi faktual biasa. Studi Green & Brock (2000) lebih lanjut menjelaskan mekanisme ini, menunjukkan bahwa keterlibatan emosional dalam narasi mengurangi resistensi kognitif terhadap pesan pro-lingkungan.

Penelitian ini mengungkap bahwa penggunaan bahasa persuasif dalam buku pengayaan digital literasi bertema *Eco Green* berhasil menciptakan dampak multidimensi pada siswa SMP. Strategi retorika *pathos*, *logos*, dan *ethos* yang terintegrasi tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual tentang isu lingkungan, tetapi juga membangun keterikatan emosional dan mendorong aksi nyata. Temuan ini sejalan dengan teori *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986), yang menegaskan bahwa persuasi efektif ketika melibatkan baik aspek kognitif maupun afektif.

Metafora dan analogi terbukti memudahkan pemahaman konsep abstrak sekaligus membangkitkan empati, mendukung temuan Jaspal & Nerlich (2013) tentang peran metafora dalam literasi lingkungan. Sementara itu, imperatif dan *call to action* secara langsung memandu perilaku, sesuai dengan penelitian Schultz et al., (2007) mengenai efektivitas pesan direktif untuk remaja. Narasi seperti "Saklar Ajaib di Kelas 7A" memperkuat temuan (Slater & Rouner, 2002) bahwa cerita berbasis pengalaman empiris meningkatkan komitmen berkelanjutan melalui *narrative transportation*.

Kredibilitas (*ethos*) buku juga menjadi faktor kunci, dengan dukungan referensi ilmiah dan otoritas penulis yang memperkuat kepercayaan pembaca McCroskey & Teven (1999). Namun,

tantangan tetap ada, seperti kebutuhan untuk menyesuaikan bahasa persuasif dengan keragaman latar belakang siswa dan memastikan konsistensi pesan dalam konteks digital yang dinamis.

SIMPULAN

Buku pengayaan digital literasi dengan tema *Eco Green* telah mendemonstrasikan potensi besar bahasa persuasif sebagai alat transformatif dalam pendidikan lingkungan. Kombinasi strategi retorika klasik (*pathos, logos, ethos*) dengan pendekatan modern seperti analisis wacana kritis (CDA) terbukti efektif dalam. Pertama, membangun kesadaran kritis melalui fakta ilmiah dan logika (*logos*). Kedua, menumbuhkan empati lewat narasi dan metafora (*pathos*). Ketiga, mendorong aksi konkret melalui *call to action* dan contoh terukur. Keempat, memperkuat kredibilitas dengan referensi dan otoritas keilmuan (*ethos*).

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya pengembang bahan ajar untuk lebih memprioritaskan desain linguistik-retoris dalam konten digital, terutama dengan memanfaatkan narasi interaktif dan ajakan langsung yang sesuai dengan karakteristik psikologis remaja. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup eksplorasi dampak jangka panjang bahasa persuasif pada perubahan perilaku serta adaptasinya dalam platform digital yang lebih beragam. Dengan demikian, integrasi antara teknologi, linguistik, dan nilai keberlanjutan dapat menjadi fondasi untuk literasi lingkungan yang lebih efektif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Braet, A. C. (1992). Ethos, Pathos and Logos in Aristotle's Rhetoric: A Re-Examination. *Argumentation*, 6(3), 307–320. <https://doi.org/10.1007/BF00154696>
- Candini, R. B. (2001). *Influence: Science and Practice*. Pearson education.
- Corner, A., Shaw, C., Clarke, J., & Wang, S. (2018). *Communicating Environmental and Sustainability Science: Challenges, Opportunities, and The Changing Political Context*. Climate.
- Foss, S. K. (2017). *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice*. https://www.researchgate.net/publication/330832509_Rhetorical_Criticism
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The Role of Transportation in the Persuasiveness of Public Narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
- Hasnida, S. S., Adrian, R., & Siagian, N. A. (2024). Tranformasi Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(1), 110–116. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i1.2488>
- Isa, A. T. H. (2022). Analisis Bukti Retorika Pidato Nadiem Makarim pada Hari Guru Nasional 2019. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 127–138. <https://doi.org/10.51544/jlmlk.v6i1.2942>
- Jaspal, R., & Nerlich, B. (2013). Geoengineering and (UN) Making the World We Want to Live In. *University of Nottingham*.
- Judijanto, L., Santoso, R. Y., & Mansur, A. (2025). Integrasi Teknologi dan Sektor Pendidikan: Tantangan dan Peluang dalam Perspektif Multisektoral. *Jurnal Ilmiah Edukatif*, 11(1), 47–57.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do People Act Environmentally and What are The Barriers to Pro-Environmental Behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Konat, B., Gajewska, E., & Rossa, W. (2024). Pathos in Natural Language Argumentation: Emotional Appeals and Reactions. *Argumentation*, 38(3), 369–403. <https://doi.org/10.1007/s10503-024-09631-2>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1998). Metaphors We Live By af. *University of Chicago Press.*, 77(2), 237–244. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2141.1991.tb07983.x>
- Le Quéré, C., Andrew, R. M., Friedlingstein, P., Sitch, S., Pongratz, J., Manning, A. C., Korsbakken, J. I., Peters, G. P., Canadell, J. G., Jackson, R. B., Boden, T. A., Tans, P. P., Andrews, O. D., Arora, V. K., Bakker, D. C. E., Barbero, L., Becker, M., Betts, R. A., Bopp, L., ... Zhu, D. (2018). Global Carbon Budget 2018 (pre-print). *Earth System Science Data Discussions, Pre Print*(November), 1–54.
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, Gain and Hedonic Goal Frames Guiding Environmental

- Behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>
- Martha, I. N. (2010). Retorika dan Penggunaannya dalam Berbagai Bidang. *Prasi*, 6(12), 61–72.
- Masruroh, Yusuf, D., Maryati, S., Pambudi, M. R., & Kobi, W. (2024). Peran Literasi dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan. *Journal Of Khairun Community Services (JKC)*, 4(1), 2809–1647.
- Mateus, S. (2019). Emotive Forms of Persuasive Discourse. *Media e Jornalismo*, 19(34), 127–141. https://doi.org/10.14195/2183-5462_34_9
- McCroskey, J. C., & Teven, J. J. (1999). Goodwill: A Reexamination of the Construct and Its Measurement. *Communication Monographs*, 66(1), 90–103. <https://doi.org/10.1080/03637759909376464>
- Mckenzie-Mohr, D. (2000). *Fostering Sustainable Behavior Through Community-Based Social Marketing*.
- O’Keefe, D. J. (2009). *Theories of persuasion*. Sage Publications.
- Perloff, R. M. (2021). The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age. *Political Studies*, 17(4), 446–457. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1969.tb00744.x>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(C), 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Prasetya, A. S. T. (2024). Pengembangan Media Ajar Berbasis Teknologi dalam Perspektif Manajemen Pendidikan. *Seroja: Jurnal Pendidikan*, 3(3), 294–298.
- Pratama, F. Y., Pratiwi, Y., & Andajani, K. (2016). Pengembangan Bahan Ajar Menulis Laporan Skemata Bacaan. *Jurnal Pendidikan*, 1(2), 203–213.
- Schultz, P. W. (2011). Conservation Means Behavior. *Conservation Biology*, 25(6), 1080–1083. <https://doi.org/10.1111/j.1523-1739.2011.01766.x>
- Schultz, W. P., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2007). The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms. *Psychological Sciences*, 18(5), 429–434.
- Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment-Education and Elaboration Likelihood: Understanding the Processing of Narrative Persuasion. *Communication Theory*, 12(2), 173–191. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x>
- Steffensen, S. V., & Fill, A. (2014). Ecolinguistics: The State of The Art and Future Horizons. *Language Sciences*, 41, 6–25. <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2013.08.003>
- Subakti, A. (2020). Subakti, A. (2020). Analisis Struktur Retorika dan Fitur Linguistik Bagian Pendahuluan Artikel Jurnal Penelitian Berbahasa Indonesia dalam Bidang Ilmu Sastra. *TAZKIRAH*, 11(1), 1–14.
- Sumantri, M. R. (2024). Environmental Communication of The Banyuasin. *Retorika*, 7482(June), 79–89.
- Thibodeau, P. H., & Boroditsky, L. (2011). Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning. *PloS One*, 6(2).
- Ting, S. H. (2018). Ethos, Logos and Pathos in University Students’ Informal Requests. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 18(1), 234–251. <https://doi.org/10.17576/gema-2018-1801-14>
- Waruwu, E. W., & Bilo, D. T. (2023). Memperkaya Pembelajaran Agama Kristen: Strategi Integrasi Pemikiran Quintilianes dalam Proses Pengajaran Retorika Rohani. *Jurnal Pendidikan Agama dan Teologi*, 1(4), 1–12.