

Analisis Gaya Bahasa Menteri Keuangan Republik Indonesia Purbaya Yudhi Sadewa Dalam Ruang Publik Pada Tayangan Youtube

Herlina Febriyanti¹, Dody Irawan², Fabio Testy Ariance Loren³, Legi Elfitra⁴, Tessa Dwi
Leoni⁵, Siti Habiba⁶

Universitas Maritim Raja Ali Haji^{1,2,3,4,5,6}

herlinafebriyanti24@gmail.com¹, dodyirawan@umrah.ac.id², fabioloren@umrah.ac.id³,
legi_elfitra@umrah.ac.id⁴, tessadwileoni@umrah.ac.id⁵, sitihabiba@umrah.ac.id⁶

Abstract

This study aims to describe the types of language styles used by the Minister of Finance of the Republic of Indonesia, Purbaya Yudhi Sadewa, in public spaces through YouTube broadcasts during the September 2025 period. The reason for choosing this research title is the phenomenon of public officials language style, which is unique, straightforward, and dynamic, earning it the nickname “cowboy style,” but on the other hand, it triggers controversy because it is considered insensitive. Therefore, the researcher conducted this study to examine how public officials use language styles in conveying state policies in digital spaces. The research data were sourced from eleven YouTube videos. This type of research is descriptive, using a qualitative approach. The data collection technique used was observation and note-taking. The data analysis technique in this study was carried out using the Miles and Huberman interactive model, which includes three main stages: data reduction, data display, and drawing conclusions or verification. Based on the research results, there are one hundred and fifteen data points on the use of figurative language, consisting of comparative figurative language (twenty nine data points), contrasting figurative language (forty four data points), and repetitive figurative language (forty two data points). All three styles of language can be found on the YouTube channels of Official iNews, CNN Indonesia, Kompas TV, Liputan 6, Metro TV, and Merdekadotcom in delivering speeches for handover ceremonies, work meetings, press conferences, and formal presentations.

Keywords: *Language Style, Stylistics, Minister Of Finance, Purbaya Yudhi Sadewa, Youtube.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya bahasa Menteri Keuangan Republik Indonesia, Purbaya Yudhi Sadewa, dalam ruang publik melalui tayangan *YouTube* periode September 2025. Alasan mengambil judul penelitian ini adalah adanya fenomena gaya bahasa pejabat publik yang unik, lugas, dan dinamis sehingga dijuluki “gaya koboi”, namun di sisi lain memicu pro-kontra karena dianggap kurang sensitif. Oleh sebab itu, peneliti melakukan kajian ini untuk membedah bagaimana penggunaan gaya bahasa pejabat publik dalam penyampaian kebijakan negara di ruang digital. Data penelitian bersumber dari sebelas video dari berbagai kanal *YouTube*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak dan catat. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terdapat seratus lima belas data penggunaan gaya bahasa, yang terdiri atas gaya bahasa perbandingan (dua puluh sembilan data), gaya bahasa pertentangan (empat puluh empat data), dan gaya bahasa perulangan (empat

puluh dua data). Ketiga gaya bahasa tersebut dapat ditemukan dalam kanal *YouTube* Official iNews, CNN Indonesia, Kompas TV, Liputan 6, Metro TV, dan Merdekadotcom dalam penyampaian pidato serah terima jabatan, rapat kerja, konferensi pers, dan presentasi formal.

Kata Kunci: Gaya Bahasa, Stilistika, Menteri Keuangan, Purbaya Yudhi Sadewa, *YouTube*.

A. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana utama dalam interaksi sosial yang berfungsi menyampaikan gagasan sekaligus mencerminkan budaya. Di Indonesia, keberagaman suku menjadikan bahasa Indonesia sebagai instrumen vital untuk mempererat hubungan nasional dan memfasilitasi komunikasi lintas budaya, terutama di ruang publik. Prioritas terhadap bahasa Indonesia dalam konteks ini berfungsi sebagai upaya strategis untuk memperkuat posisi bahasa nasional dan menegaskan identitas kebangsaan melalui seluruh kanal komunikasi formal (Isharyanto, 2018). Ruang publik bukan sekadar arena informasi, melainkan medan pengujian eksistensi bahasa yang bersifat normatif, persuasif, dan representatif bagi identitas kebangsaan. Eksistensi bahasa di ruang publik sangat dipengaruhi oleh penggunaan gaya bahasa (stilistika). Hal ini menunjukkan bahwa gaya bahasa yang efektif dapat meningkatkan daya tarik pesan, mencerminkan kepribadian, karakter, dan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi (Krismayanty dkk., 2025).

Penggunaan gaya bahasa yang strategis oleh tokoh publik, seperti politisi dan pemangku kebijakan, mampu menyederhanakan isu kompleks, membentuk citra, serta mengarahkan opini masyarakat. Salah satu figur yang kini menjadi sorotan adalah Menteri Keuangan Republik Indonesia, Purbaya Yudhi Sadewa. Menggantikan Sri Mulyani pada September 2025, ia dikenal dengan gaya komunikasi “kobo” yang lugas, transparan, dan penuh humor. Namun, gaya komunikasi yang dinamis ini memicu kontroversi. Di satu sisi, dengan gaya bahasanya ini dianggap mampu mendekatkan pemerintah dengan rakyat; di sisi lain, kritik tajam muncul dari kalangan pejabat dan masyarakat yang menilai gaya tersebut kurang sensitif dan berpotensi memicu ketegangan antarlembaga. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena gaya bahasa yang efektif dan tepat di ruang publik dapat memperkuat komunikasi publik dan mendukung keberhasilan implementasi kebijakan pesan. Dengan memahami gaya bahasa tokoh penting seperti Menteri Keuangan dalam media digital, dapat memperoleh wawasan untuk meningkatkan kualitas komunikasi publik dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat yang lebih efektif dan terarah. Selain itu juga membantu publik memahami penggunaan gaya bahasa oleh tokoh masyarakat sehingga publik lebih kritis

terhadap pernyataan dari seorang pejabat dan juga tidak mudah terprovokasi. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji penggunaan gaya bahasa dalam karya sastra seperti novel, selain itu juga mengkaji penggunaan gaya bahasa dalam lirik lagu. Akan tetapi, penelitian-penelitian tersebut belum mengkaji penggunaan gaya bahasa oleh tokoh publik khususnya pada tayangan *YouTube*, berdasarkan hal itu penelitian ini memfokuskan pada penggunaan gaya bahasa Menteri Keuangan Republik Indonesia Purbaya Yudhi Sadewa dalam ruang publik pada tayangan *YouTube* berita resmi Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Anggito & Setiawan (2018:11) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menggambarkan objek atau fenomena sosial secara rinci dengan berfokus pada data berupa kata-kata dan gambar (seperti wawancara, catatan lapangan, atau foto) bukan angka (data statistik). Fiantika dkk., (2022:5) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang dialami subjek (seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan). Penelitian kualitatif menjadikan peneliti sebagai instrumen utama atau alat tunggal dalam proses pengumpulan dan analisis data (Hardani dkk., 2020:116), penelitian ini didukung oleh tabel pedoman data dan inventarisasi data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang memiliki sifat deskriptif bukan berupa angka, melainkan narasi, kata-kata, atau simbol (Sutriyanti & Mohamad, 2024). Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah data non-numerik berupa kata-kata yang mendeskripsikan karakteristik dalam bentuk sifat, yang dapat diperoleh melalui pengamatan, pencatatan, atau perekaman (Nasution, 2023:91). Sumber data dalam penelitian ini adalah dari sebelas video dari berbagai kanal *YouTube* seperti Official iNews, CNN Indonesia, Kompas TV, Liputan 6, Metro TV, dan Merdekatdotcom dalam penyampaian pidato serah terima jabatan, rapat kerja, konferensi pers, dan presentasi formal berdasarkan periode September 2025. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak dan catat, yaitu menonton video dari kanal *YouTube* dan mencatat data yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis data adalah proses atau cara yang diterapkan dalam pengolahan data guna memperoleh informasi yang relevan dan bermakna (Nasution, 2023:131). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono, 2018:133). Teknik keabsahan data dalam

penelitian ini dilaksanakan dengan cara menggunakan triangulasi dengan cara memeriksanya dari berbagai sudut pandang seperti dari sumber, cara dan juga waktu Sugiyono (2021:191).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis gaya bahasa dari segi gaya bahasa perbandingan, pertentangan, pertautan, dan perulangan yang terdapat pada ucapan Menteri Keuangan Republik Indonesia dalam ruang publik pada tayangan *YouTube*, maka ditemukanlah gaya bahasa perbandingan, pertentangan dan perulangan. Gaya bahasa tersebut dapat ditemukan dari berbagai kanal *YouTube* berita resmi Indonesia seperti Official iNews, CNN Indonesia, Kompas TV, Liputan 6, Metro TV, dan Merdekadotcom dalam penyampaian pidato serah terima jabatan, rapat kerja, konferensi pers, dan presentasi formal berdasarkan periode September 2025. Penjelasan lebih lanjut akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Gaya Bahasa Perbandingan

Gaya bahasa perbandingan adalah ragam gaya bahasa yang membentuk ungkapan melalui cara memperbandingkan satu unsur atau kondisi tertentu dengan unsur atau kondisi lainnya. Gaya bahasa perbandingan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah metafora, personifikasi, dan koreksi. Gaya bahasa tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

a. Metafora

Gaya bahasa Metafora berasal dari bahasa Yunani yaitu *metaphora* yang bermakna memindahkan. Metafora adalah gaya bahasa perbandingan langsung antara dua unsur yang menciptakan kesan mental yang hidup (Setiyaningsih, 2019:29). Waridah (2015:374) menyatakan bahwa metafora adalah gaya bahasa perbandingan dua hal secara singkat dan padat.

“Buat baru lagi soalnya mau bikin tonggak baru kan”.

Kutipan data diatas termasuk gaya bahasa perbandingan yaitu metafora. Hal tersebut diperkuat dengan terdapatnya kata “tonggak”. Dikelompokkan ke dalam metafora karena memiliki ciri perbandingan dua hal yang berbeda antara awal sebuah fase dengan tiang pancang, serta menciptakan kesan mental yang hidup tentang sesuatu yang berdiri kokoh dalam sistem ekonomi.

Dengan menggunakan sifat “tonggak” yang kokoh dan tidak mudah goyah, tuturan tersebut ingin menegaskan bahwa perubahan atau langkah baru yang diambil bukan

sekadar rencana biasa, melainkan sebuah pondasi hidup yang kuat dan permanen. Sehingga penggunaan metafora ini bertujuan untuk mengubah konsep abstrak tentang “rencana masa depan” menjadi gambaran yang lebih nyata dan meyakinkan bagi pendengar. Melalui kata “tonggak” ini secara efektif menciptakan kesan mental yang hidup bagi pendengar sehingga gagasan yang disampaikan menjadi lebih mudah diimajinasikan.

b. Personifikasi

Personifikasi berasal dari gabungan kata Latin yaitu *persona* yang berarti orang, pelaku, aktor, atau topeng, dan *fic* yang bermakna membuat. Menurut Setiyaningsih (2019:30) personifikasi adalah pengaplikasian sifat-sifat insani atau manusiawi pada objek tidak bernyawa atau ide-ide abstrak. Sejalan dengan hal itu Waridah (2015:378) menyampaikan bahwa personifikasi adalah gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda mati seolah mempunyai sifat seperti manusia.

“Uangnya sudah nongkrong di sana”.

Kutipan data diatas termasuk gaya bahasa perbandingan yaitu personifikasi. Hal tersebut diperkuat dengan terdapatnya kata “uang” dan kata “nongkrong”. Dikelompokkan ke dalam personifikasi karena menirukan tindakan sosial manusia (berdiam diri di suatu tempat untuk bersantai) yang diterapkan pada uang sebagai benda tidak bernyawa.

Pada konteks ini, penggunaan kata “nongkrong” tidak hanya berarti uang tersebut tersimpan, tetapi memberikan kesan bahwa uang itu sengaja dibiarkan di suatu tempat dalam jangka waktu tertentu. Pemilihan kata yang santai ini juga menggambarkan sikap penutur yang menganggap keberadaan uang tersebut sebagai sesuatu yang sudah pasti dan tidak perlu dikhawatirkan. Cara penyampaian tersebut secara efektif menciptakan kesan akrab dan tidak kaku dalam penyampaian informasi.

c. Koreksi

Gaya bahasa koreksi merupakan wujud gaya bahasa yang dimulai dengan maksud untuk menegaskan suatu pernyataan atau informasi tertentu yang kurang tepat dan langsung diperbaiki (Agustinalia, 2018:28). Setiyaningsih (2019:38) menambahkan bahwa jenis gaya bahasa ini mengungkapkan suatu pernyataan yang kurang tepat

kemudian memperbaikinya secara sadar untuk mengemukakan maksud yang sebenarnya.

“Disitu akan kita maksimalkan supaya ekonominya jalan lagi, bukan jalan lagi jalan lebih cepat...”

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa perbandingan yaitu koreksi. Hal tersebut diperkuat dengan terdapatnya frasa “bukan jalan lagi” sebagai upaya untuk memperbaiki sebuah kalimat. Dikelompokkan ke dalam koreksi karena kalimat tersebut menegaskan suatu pernyataan tapi kemudian memperbaiki kalimat tersebut secara sadar.

Perbaikan frasa “jalan lagi” menjadi “jalan lebih cepat” menunjukkan bahwa penutur ingin menghindari penafsiran yang keliru dari pendengar. Jika hanya menggunakan frasa “jalan lagi”, muncul kesan bahwa ekonomi sebelumnya telah berhenti total. Oleh karena itu, koreksi ini dilakukan bukan sekadar untuk meralat kata, melainkan untuk memberikan penekanan emosional bahwa target yang ingin dicapai adalah sebuah percepatan bukan sekadar pemulihan.

2. Gaya Bahasa Pertentangan

Gaya bahasa pertentangan didefinisikan sebagai gaya bahasa yang mengandung kontradiksi dengan kata-kata yang digunakan secara harfiah. Gaya bahasa pertentangan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah litotes, ironi, sinisme, sarkasme, satire, dan klimaks. Gaya bahasa tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

a. Litotes

Gaya bahasa litotes berasal dari bahasa Yunani yaitu *litos* yang berarti sederhana yang merupakan kebalikan dari hiperbola (Gustina, 2018:23). Gaya bahasa ini mengandung pernyataan mengecilkan atau merendahkan suatu fakta atau kenyataan dengan tujuan untuk merendahkan diri. (Setyaningsih, 2019:40).

“Amanah ini tidak ringan”.

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa pertentangan yaitu litotes. Hal tersebut diperkuat dengan penggunaan frasa “tidak ringan” adalah ungkapan sopan untuk menyatakan sesuatu yang sangat berat. Dikelompokkan ke dalam litotes karena mengandung pernyataan untuk mengecilkan kenyataan yang sebenarnya dan bertujuan untuk merendahkan diri.

Penggunaan litotes dalam kalimat ini menciptakan kesan mental bahwa pembicara

adalah sosok yang menyadari besarnya ekspektasi publik. Dengan mengecilkan realitas beban tersebut, pembicara sebenarnya sedang membangun empati dan kedekatan emosional dengan audiensnya. Jadi, gaya bahasa ini tidak hanya berfungsi sebagai penghias kalimat, tetapi sebagai alat untuk menunjukkan bahwa tugas besar tersebut diterima dengan sikap hormat dan penuh kehati-hatian.

b. Ironi

Gaya bahasa ironi merupakan sindiran halus yang disampaikan dengan maksud mengolok-olok atau menyindir secara tidak langsung (Setiyaningsih, 2019:41). Sejalan dengan hal ini Pratama dkk., (2016:137) mengungkapkan bahwa ciri utama dari gaya bahasa ini adalah pengungkapan suatu maksud dengan mengatakan kebalikan dari apa yang dimaksudkan.

“Ternyata Bu, orang kemenkeu salah ketik juga”.

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa pertentangan yaitu ironi. Hal tersebut diperkuat dengan klausa “orang kemenkeu salah ketik juga”. Dikelompokkan ke dalam ironi karena mengandung sindiran secara halus tentang ketidakteitian pada instansi sekelas Kementerian Keuangan dan bertujuan menyembunyikan fakta sebenarnya mengenai kekecewaan tentang tulisan tersebut.

Pemilihan gaya bahasa ironi ini bertujuan untuk memberikan kritik tanpa harus terkesan menyerang secara kasar. Penutur memilih untuk membungkus ketidakpuasannya melalui perbandingan antara ekspektasi publik yang tinggi terhadap “orang Kemenkeu” dengan fakta kesalahan “salah ketik” yang bersifat manusiawi namun fatal dalam dokumen negara. Dengan demikian, ironi berfungsi bukan sekadar gurauan, melainkan sebuah pesan simbolis bahwa ketidakteitian sekecil apa pun di level instansi pemerintahan akan selalu menjadi sorotan tajam masyarakat.

c. Sinisme

Sinisme merupakan gaya bahasa sindiran yang pengungkapannya secara lebih terang-terangan dibandingkan ironi (Pratama dkk., 2016:137). Gaya bahasa ini memiliki sifat yang cenderung lebih kasar atau keras. Pengungkapkannya lebih menonjolkan pada keraguan atau ejekan terhadap hal-hal yang dianggap mulia, khususnya keikhlasan dan ketulusan hati seseorang (Setiyaningsih 2019:42).

“Pak Rocky mungkin sedikit belajar ekonomi lagi Pak”.

Kutipan tersebut termasuk gaya bahasa pertentangan yaitu sinisme. Hal tersebut diperkuat dengan frasa “belajar lagi”. Dikelompokkan ke dalam sinisme karena mengandung kesangsian yang mengandung ejekan terhadap kapasitas ilmu seseorang serta mengandung kesangsian yang meremehkan, di mana pembicara secara terang-terangan memosisikan tokoh tersebut sebagai pihak yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup.

Sinisme dalam tuturan ini berfungsi sebagai senjata retorik untuk mematikan argumen lawan dengan cara menjatuhkan kredibilitasnya. Dengan menyarankan seseorang untuk “belajar lagi”, penutur secara implisit memosisikan dirinya berada pada tingkat pemahaman yang lebih tinggi. Hal ini sekaligus memberikan kesan bahwa pendapat lawan bicara tidak layak untuk didengarkan.

d. Sarkasme

Gaya bahasa sarkasme merupakan bentuk sindiran yang paling kasar dibandingkan ironi dan sinisme, dan bertujuan untuk menyakiti hati. Ciri utamanya selalu mengandung kepahitan, celaan getir, serta ujaran yang sangat tidak enak didengar (Setiyaningsih, 2019:43). Menurut Agustinalia (2018:19) sarkasme adalah gaya bahasa sindiran yang tajam dan langsung ditujukan kepada sasaran. Di mana pengungkapannya menggunakan kata-kata yang kasar atau keras untuk tujuan mencemooh atau mengejek secara intens.

“...anda masih nggak ngerti teori moneter sederhana padahal kan anda sudah senior wartawan Kompas”.

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa pertentangan yaitu sarkasme. Hal tersebut diperkuat dengan kalimat “nggak ngerti teori moneter sederhana”. Dikelompokkan ke dalam sarkasme karena bertujuan untuk menyakiti hati dan merendahkan kredibilitas lawan bicara secara terbuka.

Sarkasme dalam konteks ini berfungsi sebagai bentuk dominasi kekuasaan dalam sebuah interaksi. Penutur sengaja memilih kata-kata yang bersifat menyerang untuk menunjukkan bahwa senioritas seseorang tidak menjamin kualitas pemikirannya. Sehingga hal ini menciptakan efek jera atau rasa malu yang mendalam bagi lawan bicara.

e. Satire

Gaya bahasa satire adalah gaya bahasa sindiran yang bertujuan menyampaikan kritik dengan cara mengecam atau menertawakan suatu hal Pratama dkk., (2016:137). Tujuan dari gaya bahasa ini adalah mendorong terjadinya perubahan, baik secara etis maupun estetis, pada pihak yang menjadi sasaran kritik tersebut (Setiyaningsih, 2019:46).

“...jangan kayak kemarin-kemarin udah mau runtuh ekonominya baru kita tahu ya pak”.

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa pertentangan yaitu satire. Hal tersebut diperkuat dengan kalimat “udah mau runtuh ekonominya baru kita tahu”. Dikelompokkan ke dalam satire karena mengandung kritikan dengan mengecam suatu pihak serta mendorong terjadinya perubahan terhadap permasalahan yang terjadi.

Secara analitis, satire di sini berfungsi sebagai alat kontrol sosial. Penutur menggunakan “trauma” masa lalu (ekonomi yang nyaris runtuh) sebagai cermin bagi lawan tutur agar lebih berhati-hati dan responsif dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, meskipun kalimat ini terdengar menyudutkan, terdapat niat etis di baliknya, yaitu keinginan agar kesalahan yang sama tidak terulang kembali demi kepentingan yang lebih luas.

f. Klimaks

Gaya bahasa klimaks berasal dari bahasa Yunani yaitu *klimax* yang bermakna tangga. Menurut Setiyaningsih (2019:50) klimaks adalah gaya bahasa yang semakin lama semakin meningkat. Pratama dkk., (2016:139) menjelaskan bahwa pemaparan tersebut bergerak dari yang kurang penting meningkat kepada hal yang lebih penting. Sejalan dengan hal itu, Agustinalia (2018:26) menambahkan bahwa klimaks menjelaskan secara bertingkat dari yang paling bawah ke yang lebih atas.

“Jadi kalau di betulin, di perbaiki, di optimalkan”.

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa pertentangan yaitu klimaks. Hal tersebut diperkuat dengan urutan kata yang menunjukkan peningkatan yaitu di betulin, di perbaiki, di optimalkan. Dikelompokkan ke dalam klimaks karena gagasan kepentingan

dan intensitas maknanya semakin meningkat di setiap urutan pikiran.

Penggunaan tiga kata kerja ini tidak disusun secara acak, melainkan membentuk sebuah tingkatan makna yang bergerak dari tahap pemulihan menuju tahap penyempurnaan. Penutur sengaja menyusun gagasan tersebut mulai dari hal yang paling sederhana hingga ke tingkat yang paling kompleks untuk memberikan penekanan pada proses pencapaian hasil yang maksimal. Tahap “dibetulin” merujuk pada perbaikan kerusakan dasar, yang kemudian ditingkatkan menjadi “diperbaiki” untuk mencakup aspek yang lebih luas, dan puncaknya adalah “dioptimalkan” sebagai upaya mencapai titik kinerja tertinggi.

3. Gaya Bahasa Perulangan

Gaya bahasa perulangan atau repetisi adalah pengulangan bunyi, suku kata, kata, frasa, atau bagian kalimat. Perulangan ini bertujuan untuk memberikan penekanan yang kuat pada unsur yang diulang, sesuai dengan konteks yang relevan. Gaya bahasa perulangan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah antanaklasis, epizeukis, anafora, epistrofa, simloke, mesodiplosis, epanalepsis, dan anadiplosis, gaya bahasa tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

a. Antanaklasis

Gaya bahasa antanaklasis adalah gaya bahasa yang melibatkan perulangan suku kata yang sama tetapi dalam satu frasa atau kalimat Pratama dkk., (2016:139). Meskipun kata yang diulang sama, tetapi ciri utama antanaklasis adalah adanya perbedaan makna dari setiap pengulangan kata tersebut (Setiyaningsih, 2019:66).

“Dampak dari uang dalam jangka pendek pasti betul, kalau jangka panjang bisa berubah tapi jangka pendek itu bisa setahun dua tahun”.

Kutipan diatas termasuk gaya bahasa perulangan yaitu antanaklasis. Hal ini ditandai dengan kemunculan berulang frasa “jangka pendek” dalam satu konteks kalimat. Dikelompokkan ke dalam antanaklasis karena pengulangan frasa dengan makna yang berbeda antara kemunculan frasa pertama dan kedua.

Secara teknis, penutur menggunakan pengulangan ini untuk menghubungkan dua konsep yang berbeda agar alur pembicaraan tetap fokus pada satu topik utama. Pengulangan ini tidak bersifat mubazir, melainkan berfungsi sebagai jembatan untuk

mendefinisikan ulang sebuah istilah secara lebih mendalam. Pada konteks ini, frasa “jangka pendek” yang pertama digunakan untuk menggambarkan sebuah kondisi atau variabel ekonomi, sementara frasa “jangka pendek” yang kedua berfungsi sebagai penjelasan temporal untuk memberikan batasan waktu yang lebih spesifik (satu hingga dua tahun).

b. Epizeukis

Gaya bahasa epizeukis didefinisikan sebagai gaya bahasa perulangan yang bersifat langsung Setyaningsih (2019:67). Hal ini diperkuat oleh pendapat Setiari (2023:10) yang menjelaskan bahwa gaya bahasa epizeukis ditandai dengan pengulangan kata-kata yang dianggap penting secara berturut-turut dalam tuturan.

“Yang saya nggak tahu Mei jatuh, Juni jatuh, Juli jatuh, Agustus jatuh ke 0%”.

Kutipan ini menggunakan gaya bahasa perulangan jenis epizeukis yang dipertegas melalui pemakaian kata “jatuh” yang muncul berkali-kali secara bertahap. Penempatan kata tersebut dilakukan secara langsung untuk menciptakan pola repetisi yang berurutan. Secara teknis, pengulangan kata yang terjadi secara berturut-turut ini merupakan ciri dari epizeukis.

Penggunaan kata yang sama secara berulang-ulang tanpa jeda kata lain di antaranya merupakan strategi retorik untuk menciptakan penekanan yang bersifat ritmis dan dramatis. Penutur tidak cukup hanya mengatakan bahwa ekonomi menurun selama empat bulan, tetapi ia memilih untuk mengeja setiap bulannya dengan kata “jatuh” guna memberikan efek penekanan pada setiap tahap kemerosotan tersebut. Dengan menyebutkan nama bulan satu per satu diikuti kata “jatuh”, penutur ingin membangun suasana keprihatinan mengenai durasi krisis yang panjang dan konsisten.

c. Anafora

Gaya bahasa anafora merupakan merupakan gaya bahasa repetisi yang ditandai dengan pengulangan kata pertama pada setiap baris, klausa, atau kalimat secara berturut-turut (Setyaningsih, 2019:81).

“Yang berhenti-berhenti kita optimalkan, yang sudah jalan kita percepat lagi”.

Kutipan ini mengimplementasikan gaya bahasa anafora yang dipertegas melalui

kata “yang” di setiap permulaan kalimat yang sama. Struktur ini memperlihatkan penggunaan kata yang secara berulang. Dengan pengulangan kata pertama pada bagian awal ini mengakibatkan kalimat tersebut tergolong gaya bahasa perulangan anafora.

Penggunaan anafora dalam kalimat ini merupakan strategi untuk menciptakan kesejajaran gagasan antara dua kondisi ekonomi yang berbeda. Pengulangan kata “yang” tersebut berfungsi sebagai alat klasifikasi sistematis guna membedakan perlakuan antara masalah yang sedang mandek dengan masalah yang sudah menunjukkan kemajuan. Penggunaan gaya bahasa ini pada akhirnya memperkuat citra ketegasan serta keteraturan pola pikir dalam menyampaikan visi atau instruksi agar lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens.

d. Epistrofa

Gaya bahasa epistrofa adalah pengulangan kata atau frasa pada akhir setiap baris atau kalimat (Setiyaningsih, 2019:68). Pengulangan kata ini terjadi pada kalimat secara berturut-turut (Setiari, 2023:9).

“Tapi saya sudah kenal pasar cukup lama, di sini juga tim cukup kuat, Pak Anggito di pasar cukup lama”.

Kutipan ini diklasifikasikan sebagai gaya bahasa perulangan jenis epistrofa yang ditandai dengan penggunaan frasa “cukup lama” pada setiap akhir klausa. Hal tersebut diperkuat dengan kemunculan frasa yang sama sebagai penutup di beberapa bagian kalimat yang berurutan. Pengulangan yang diletakkan pada posisi akhir ini menjadi indikator utama dalam pengelompokan data ke dalam kategori epistrofa.

Penggunaan epistrofa dalam tuturan ini merupakan strategi retorik untuk membangun legitimasi dan otoritas pembicara. Pengulangan frasa “cukup lama” di posisi akhir yang merujuk pada pengalaman pembicara dan timnya bertujuan untuk menanamkan keyakinan kepada audiens bahwa pernyataan mereka didasarkan pada rekam jejak yang panjang dan teruji. Selain itu melalui pola pengulangan ini, pembicara secara sengaja menciptakan gema atau resonansi di akhir kalimat guna mengunci perhatian pendengar pada informasi kunci yang ingin ditonjolkan.

e. Simploke

Gaya bahasa simploke adalah pengulangan kata atau frasa pada awal dan akhir

setiap baris atau kalimat (Setiyaningsih, 2019:69). Pengulangan kata ini terjadi pada kalimat secara berturut-turut (Setiari, 2023:9).

“Bisa bunga pinjaman turun, bisa bunga deposit turun”.

Kutipan ini diklasifikasikan sebagai gaya bahasa perulangan jenis simpleks yang ditandai dengan pengulangan kata di awal dan akhir klausa secara berurutan. Hal tersebut diperkuat dengan kemunculan kata “bisa” pada setiap awal baris serta kata “turun” yang secara konsisten menjadi penutup di setiap akhir bagian kalimat. Oleh karena itu, pola pengulangan tersebut menjadi ciri utama dalam pengelompokan data ke dalam kategori simpleks.

Pada data tersebut terlihat dengan jelas penerapan pola repetisi tersebut melalui kata “bisa” di awal dan kata “turun” di akhir setiap klausa. Pengulangan kata “bisa” berfungsi untuk menekankan adanya peluang atau potensi kebijakan yang positif, sementara pengulangan kata “turun” memberikan kepastian mengenai arah perubahan ekonomi yang diinginkan. Pengulangan kata secara retorik bertujuan untuk mengunci persepsi audiens agar meyakini bahwa perubahan tersebut bersifat mutlak dan saling berkesinambungan, sehingga pesan yang disampaikan memiliki daya persuasi yang sulit untuk diabaikan.

f. Mesodiplosis

Mesodiplosis adalah pengulangan kata atau frasa di tengah-tengah setiap baris atau kalimat (Setiyaningsih, 2019:69). Pengulangan kata ini terjadi pada kalimat secara berturut-turut (Setiari, 2023:10).

“Kalau uang bapak di taruh di BI dosa bapak dua”.

Kutipan ini dikategorikan sebagai gaya bahasa perulangan jenis mesodiplosis melalui kemunculan kata “bapak” di bagian tengah setiap penggalan kalimat. Hal tersebut diperjelas dengan pengulangan kata yang sama di bagian tengah guna menghubungkan subjek dengan objek pembicaraan. Struktur lingual yang menempatkan pengulangan di tengah rangkaian kata ini mempertegas gaya bahasa mesodiplosis yang digunakan.

Pengulangan kata “bapak” di tengah kalimat ini berfungsi untuk memberikan

tekanan psikologis bahwa lawan tutur memiliki tanggung jawab penuh atas setiap pilihan tindakan yang diambil. Dengan memposisikan subjek di tengah-tengah antara tindakan (menaruh uang) dan akibat (dosa dua), tercipta sebuah penegasan bahwa setiap konsekuensi yang muncul bukanlah suatu kebetulan, melainkan hasil langsung dari keterlibatan personal subjek tersebut. Melalui pola pengulangan kata “bapak” ini, pembicara secara sengaja membangun jembatan logika yang menghubungkan perilaku lawan tutur dengan dampak yang timbul agar pesan yang disampaikan memiliki daya tekan yang lebih kuat pada bagian subjeknya.

g. Epanalepsis

Epanalepsis adalah kata pertama diulang menjadi kata terakhir (Setiyaningsih, 2019:69). Pengulangan kata ini terjadi dalam baris, klausa, atau kalimat yang sama (Setiari, 2023:11).

“Mungkin pasar nggak tahu, saya orang pasar”.

Kutipan ini diklasifikasikan sebagai gaya bahasa perulangan jenis epanalepsis yang ditandai dengan penggunaan kata “pasar” pada awal dan akhir kalimat. Hal tersebut diperkuat dengan pola repetisi kata yang menjadi pembuka kalimat diulang kembali sebagai kata penutup pada kalimat yang sama. Struktur perulangan menonjolkan penggunaan gaya bahasa epanalepsis dalam data tersebut.

Melalui pola pengulangan kata “pasar” ini, pembicara secara sengaja membingkai seluruh isi pernyataannya agar berpusat pada satu objek tunggal, sehingga perhatian audiens terkunci pada kaitan antara identitas pembicara dengan kondisi pasar yang dibahas. Pengulangan kata “pasar” di awal dan akhir kalimat ini berfungsi untuk memberikan jaminan kredibilitas bahwa pembicara memiliki penguasaan materi yang mendalam. Dengan memposisikan kata “pasar” sebagai pembuka sekaligus penutup, tercipta sebuah kesan logika yang melingkar bahwa segala sesuatu yang dibicarakan berasal dan berakhir pada pengalaman nyata di lapangan.

h. Anadiplosis

Anadiplosis adalah kata terakhir diulang menjadi kata pertama (Setiyaningsih, 2019:70). Pengulangan kata ini terjadi dalam baris, klausa, atau kalimat yang sama (Setiari, 2023:11).

“Saya nggak akan seperti itu approach nya, saya approach nya adalah...”

Kutipan ini termasuk ke dalam gaya bahasa perulangan jenis anadiplosis yang ditandai dengan repetisi kata “*approach nya*” secara beruntun. Hal tersebut diperkuat dengan penempatan kata terakhir pada klausa pertama sebagai kata pertama pada klausa yang mengikutinya secara langsung. Secara teknis, pengulangan ini memenuhi karakteristik dari gaya bahasa anadiplosis.

Berdasarkan hal tersebut, kalimat ini dikategorikan sebagai anadiplosis karena pembicara menggunakan frasa “*approach nya*” sebagai jembatan atau rantai untuk menghubungkan dua gagasan yang berbeda dalam kalimat yang sama. Pengulangan frasa tersebut di titik pertemuan kedua klausa berfungsi untuk mengunci perhatian audiens agar tidak kehilangan fokus saat pembicara beralih dari satu poin ke poin berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan anadiplosis di sini bertujuan untuk memastikan bahwa konsep “pendekatan” (*approach*) menjadi inti utama yang dipahami oleh pendengar. sebagai solusi yang ditawarkan, sehingga transisi penjelasan terasa lebih mengalir, logis, dan meyakinkan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai analisis gaya bahasa Menteri Keuangan Republik Indonesia Purbaya Yudhi Sadewa dalam ruang publik pada tayangan *YouTube*. Penelitian ini secara khusus meneliti penggunaan gaya bahasa beliau selama periode bulan September 2025 yang berjumlah sebelas video berdasarkan tayangan *YouTube* berita resmi Indonesia. Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan gaya bahasa yang digunakan Menteri Keuangan Republik Indonesia Purbaya Yudhi Sadewa dalam ruang publik pada tayangan *YouTube* adalah gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan dan gaya bahasa perulangan.

Gaya bahasa perbandingan dapat ditemukan dalam konferensi pers, pidato, dan rapat bersama DPR yang disiarkan dalam kanal *YouTube* Official iNews, Kompas TV, CNN Indonesia, dan Merdekatdotcom. Hal ini terlihat ketika beliau menyampaikan terkait isu 17+8, program paket ekonomi 8+4+5, kebijakan nilai tukar rupiah, cukai rokok, pidato serah terima jabatan hingga rincian RAPBN 2026 serta subsidi APBN 2025. Secara keseluruhan, gaya bahasa perbandingan yang muncul dalam rangkaian agenda tersebut meliputi metafora,

personifikasi, dan koreksi.

Selanjutnya pada gaya bahasa pertentangan ditemukan dalam empat agenda utama, yaitu konferensi pers, pidato, presentasi dalam forum formal, dan rapat bersama DPR yang ditayangkan dalam kanal *YouTube* Official iNews, CNN Indonesia, Liputan 6, Kompas TV, Metro TV, dan Merdekadotcom. Hal ini dibuktikan ketika beliau menyampaikan terkait isu 17+8, dana perbankan, paket ekonomi 8+4+5, persaingan global hingga program MBG, pidato serah terima jabatan, perkembangan ekonomi, proyeksi RAPBN 2026, hingga realisasi subsidi APBN 2025. Adapun gaya bahasa pertentangan yang muncul dalam berbagai forum tersebut terdiri atas litotes, ironi, sinisme, sarkasme, satire, serta klimaks.

Pada gaya bahasa perulangan dapat ditemukan saat beliau menyampaikan konferensi pers, pidato, presentasi dalam forum formal, dan rapat bersama DPR yang ditayangkan dalam kanal *YouTube* Official iNews, CNN Indonesia, Liputan 6, Kompas TV, dan Merdekadotcom. Pembahasan yang disampaikan mencakup isu 17+8, dana perbankan, paket ekonomi 8+4+5, persaingan global hingga program MBG, pidato serah terima jabatan, perkembangan ekonomi, proyeksi RAPBN 2026, hingga realisasi subsidi APBN 2025. Berdasarkan agenda tersebut, gaya bahasa perulangan yang ditemukan meliputi antanaklasis, epizeukis, anafora, epistrofa, simpleks, mesodiplosis, epanalepsis, dan anadiplosis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinalia, I. (2018). *Majas, Idiom, dan Peribahasa Indonesia*. CV Graha Printama Selaras.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jejak Publisher.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., & Honesti, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Gustina, M. (2018). *Gaya Bahasa Pengetahuan dan Penerapan*. PT Intan Pariwara.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., & Utami, E. F. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Isharyanto. (2018). *Lanskap Bahasa Ruang Publik: Dimensi Bahasa, Sejarah, dan Hukum*. Bidang Pengendalian dan Penghargaan Pusat Pembinaan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Krismayanty, W., Galuh, U., & Klikt, U. (2025). *Sendi Gaya Bahasa dalam Konten Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik dan Efek Finansial*. 9(2), 331–340.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.

- Pratama, S., Hendi, & Diah. (2016). *EYD Edisi Terbaru*. Infra Group.
- Setiari, I. (2023). *Gaya Bahasa Repitisi Puisi*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Setiyaningsih, I. (2019). *Ragam Gaya Bahasa*. PT intan Pariwara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sutriyanti, & Mohamad, M. (2024). Jenis-Jenis Data Dalam Ilmu Pendidikan Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page*, 5(4), 198.
- Waridah, E. (2015). *EYD (Ejaan Yang Disempurnakan & Seputar Kebahasa-Indonesian)*. Penerbit Ruang Kata.