

## **Abstract**

This study analyzes the use of rhetorical devices and tone in press releases issued by PT Merdeka Copper Gold Tbk, a mining company in Indonesia, with a focus on Corporate Update press releases. Rhetoric, as a tool of persuasion, plays an important role in shaping audience perception, especially in the context of corporate communication. This research examines how various rhetorical strategies, such as the use of ethos, logos, and pathos are used to maintain the company's credibility, foster emotional engagement, and present logical arguments to stakeholders. Using Aristotle's theory of rhetoric, this research highlights how persuasive elements are subtly integrated by using rhetorical devices into the press release to achieve a balance between providing information and persuasion. In addition, it was found that the Committed and Very Upbeat tones, as described by Scollon, are often used in press releases to convey the company's optimism and commitment to quality and growth. The findings of this study reveal that strategic use of rhetorical devices and the right tone can help build a positive corporate image. This research contributes to a deeper understanding of the interaction between corporate communication and rhetorical strategies, especially in highly scrutinized industries such as mining.

*Keywords* : Rhtoric, Rhetorical Devices, Press Release, Tone, Persuasive

## Abstrak

Penelitian ini menganalisis penggunaan perangkat retorika dan nada dalam siaran pers yang dikeluarkan oleh PT Merdeka Copper Gold Tbk, sebuah perusahaan pertambangan di Indonesia, dengan fokus pada siaran pers Corporate Update. Retorika, sebagai alat persuasi, berperan penting dalam membentuk persepsi khalayak, terutama dalam konteks komunikasi korporat. Penelitian ini mengkaji bagaimana berbagai strategi retorika, seperti penggunaan ethos, logo, dan pathos digunakan untuk menjaga kredibilitas perusahaan, menumbuhkan keterlibatan emosional, dan menyajikan argumen logis kepada para pemangku kepentingan. Dengan menerapkan teori retorika Aristoteles, penelitian ini menyoroti bagaimana elemen-elemen persuasif diintegrasikan secara halus dengan menggunakan perangkat retorika ke dalam siaran pers untuk mencapai keseimbangan antara memberikan informasi dan persuasi. Selain itu, ditemukan bahwa nada Committed dan Very Upbeat, sebagaimana dijelaskan oleh Scollon, sering digunakan dalam siaran pers untuk menyampaikan optimisme serta komitmen perusahaan terhadap kualitas dan pertumbuhan. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan perangkat retorika yang strategis dan nada yang tepat dapat membantu membangun citra perusahaan yang positif. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang interaksi antara komunikasi perusahaan dan strategi retorika, terutama di industri yang sangat disorot seperti pertambangan.

*Kata kunci* : Retorika, Perangkat retorika, Siaran Pers, Nada, Persuasi