

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Retorika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *rhetorika* yang memiliki arti seni berbicara yang biasanya digunakan dalam perdebatan-perdebatan untuk saling memengaruhi dan berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa, yakni pidato di hadapan publik. Retorika dianggap sebagai keterampilan berbahasa yang lazim digunakan seseorang untuk mempersuasi pandangan publik terhadap ide atau gagasannya. Keterampilan berbahasa tersebut menurut Aristoteles dapat berupa pemilihan bentuk ungkapan bahasa secara efektif yang dapat memberikan nilai informasi secara rasional (Sulistyarini, 2020). Retorika juga dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi publik berupa pembicaraan terkait isu sosial menyangkut orang banyak yang disampaikan seseorang dalam tampilan yang memukau (Sulistyarini, 2020: 6). Artinya dengan berretorika, seseorang dapat menarik simpati publik untuk mempertimbangkan segala hal yang disampaikannya karena berkaitan dengan kondisi dan situasi publik.

Penggunaan retorika tak lepas dari kemahiran seseorang dalam mengemas bahasa. Bahasa merupakan sebuah alat yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Bahasa menjadi satu-satunya alat yang bisa menyatukan manusia dalam sebuah kelompok, masyarakat, bangsa, hingga antarbangsa. Penggunaan bahasa dalam konteks politik memiliki makna terhadap informasi yang disampaikan dan diinterpretasikan memiliki tujuan tertentu. Bahasa politik biasanya difungsikan untuk memunculkan kesan dramatis yang dapat menggugah hati publik dalam memahami suatu isu dan dapat memengaruhi keputusan yang

diambil (Sianturi, 2024). Bahasa politik juga diartikan sebagai alat tempur berbagai kelompok untuk bersaing melalui pesan yang disampaikan, sehingga dapat memengaruhi pola pikir masyarakat (Ives, 2017).

Eksistensi bahasa dalam konteks politik diarahkan kepada capaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu (Haryanto & Rumaru, 2012: 2). Tujuan penggunaan bahasa dalam konteks politik ada banyak, misal untuk menyampaikan informasi politik, membentuk citra politik, membentuk opini publik, dan menangani pendapat atau tuduhan lawan politik. Oleh karena itu, retorika sebagai salah satu bentuk keterampilan berbahasa memiliki peranan dalam membantu publik menilai kemampuan dan kejujuran sosok calon pemimpin.

Fenomena penggunaan retorika dalam bahasa politik dapat dilihat pada masa pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 yang diikuti oleh tiga pasang kandidat calon presiden dan wakil presiden, yaitu paslon nomor urut 1, Anies Baswedan berpasangan dengan Muhammin Iskandar, paslon nomor urut 2, Prabowo Subianto berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka, dan paslon nomor urut 3, Ganjar Pranowo berpasangan dengan Mahfud MD. Tentunya, sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat, salah satu cara untuk menarik banyak suara ialah dengan mahir membujuk rayu atau berretorika. Seperti halnya retorika Anies Baswedan yang paling disoroti karena memiliki keunggulan mengemas bahasa dalam menyuguhkan janji-janji, keunggulan serta kinerja dalam bentuk narasi kata-kata.

Anies Baswedan (selanjutnya disebut ARB) dikenal sebagai tokoh politik yang memiliki gaya retorika terstruktur, penyusunan kata yang indah, serta tak jarang menggunakan perumpamaan-perumpamaan yang menimbulkan kesan

estetis pada argumentasinya (Febrianty, et al., 2024). Retorika ARB mampu membawanya pada pembentukan citra positif di mata masyarakat, meskipun ada kontra juga atas kebijakannya. Di sisi lain, ARB acapkali dianggap sebagai seseorang yang hanya pandai cakap-cakap belaka. Sejalan dengan itu, pengertian retorika juga sering dimaknai sebagai kemampuan menggunakan bahasa yang indah dan menarik simpati orang lain namun tidak memiliki isi atau hanya omong kosong (Sulistyarini, 2020: 6). Ada pun ungkapan yang berkembang di masyarakat tentang retorika ialah “Ini realitas atau hanya retorika belaka?” Keraguan akan segala isi yang disampaikan pembicara dalam ujarannya mengenai suatu hal merupakan problematika yang sering ditemui dalam retorika tokoh politik. Sama halnya dengan sosok ARB yang seringkali dianggap hanya pandai berteori. Ada pun contoh data yang menunjukkan keraguan masyarakat atas argumen Anies, penulis lampirkan melalui tangkapan layar berikut.

REPUBLIC MERDEKA Calon Presiden Nomor Urut 1, Anies Baswedan dinilai hanya pandai berkata-kata. Bahkan mantan Gubernur DKI Jakarta itu kerap dilabeli omdo alias omong doang.

Gambar 1.1. Contoh Opini Masyarakat tentang Retorika ARB

Sumber: Republik Merdeka, 2023

Menghadapi problematika retorika bahasa yang digunakan tokoh politik khususnya calon pemimpin, sudah seharusnya masyarakat dapat bijak dan cerdas dalam memahami maksud dan tujuan ujaran yang disampaikan. Masyarakat tidak hanya mengamati dan menerima, tetapi juga menginterpretasi makna yang lebih

dalam dibalik retorika tokoh politik. Perlu adanya sebuah landasan atau pedoman untuk menunjukkan kualitas seorang pembicara yang dapat mempersuasi publik, seperti teori retorika yang dikembangkan oleh Aristoteles. Efektivitas persuasi dalam retorika menurut Aristoteles dapat dicapai dengan konsep *rhetoric triangle* (segitiga retorika) yang mencakup *ethos* (etika), *pathos* (emosi), dan *logos* (logis/logika). Pertama, pembicara harus memiliki *ethos* atau etika, yaitu pembicara harus sanggup menunjukkan kepada publik bahwa pembicara memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (Maarif, 2022: 10). Aristoteles menganggap bahwa apa yang disampaikan oleh seseorang yang terpercaya akan lebih persuasif dibandingkan seseorang yang kejujurannya dipertanyakan. Kedua, pembicara harus memiliki *pathos* atau emosi. Emosi dalam hal ini adalah fitur-fitur lain yang mendukung pembicara dan apa yang disampaikan, seperti latar belakang pembicara yang merupakan seorang publik figur, personal *branding*, dan kemampuan berbahasa yang dapat menyentuh hati publik (Maarif, 2022: 26). Ketiga, pembicara harus memiliki *logos* atau logika. Bahasa yang disampaikan dalam hal ini haruslah berisi kebenaran yang diperkuat dengan data-data dan simpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Selain menujukkan keunggulan retorika dalam debat pemilu 2024, ARB juga menggunakan program acara dialog terbuka yang bertujuan untuk menawarkan sudut pandang yang berlawanan, menarik minat penonton, dan membentuk sudut pandang audiens dalam menyikapi suatu hal/peristiwa (Sutrisno & Wiedijarti, 2014). Program tersebut adalah *Desak Anies* yang termasuk ke dalam jenis retorika deliberatif. Aristoteles berpandangan bahwa retorika deliberatif berorientasi pada masa depan dan berupaya membujuk publik untuk mengambil

tindakan tertentu atau menghindarinya (Nadhmy Dhia et al., 2021). Jenis retorika ini dianggap penting karena memiliki potensi besar untuk membawa perubahan (West & Turner, 2010). Melalui program *Desak Anies* yang dilaksanakan di berbagai kota dan ditanyangkan di media sosial YouTube, Anies menjawab pertanyaan masyarakat, khususnya generasi muda terkait isu-isu yang menjadi pemasalahan di Indonesia. Program tersebut diharapkan dapat membuat generasi muda khususnya generasi milenial dan generasi Z lebih peduli terhadap isu politik, terutama yang menyangkut kontestasi pemilu 2024 di Indonesia.

Berikut salah satu kutipan ujaran ARB dalam program *Desak Anies* episode 21 di Semarang pada 5 Februari 2024:

“Ketika kita berada dalam sebuah sistem politik, demokrasi apalagi, ada saluran-saluran yang dipakai untuk mengutarakan aspirasi rakyat. DPR dan partai politik adalah saluran-saluran yang menyuarakan aspirasi rakyat. Ketika saluran-saluran itu berfungsi, maka kampus akan berkonsentrasi pada urusan pendidikan dan penelitian. Kenapa? karena proses politik berjalan. Ketika yang menjadi aspirasi publik itu tidak diungkapkan lagi oleh partai-partai, tidak lagi diungkap dewan dan yang terjadi justru pengseragaman, disitu akan disebut pula kemampetan. Ketika kemampetan itu terjadi, maka aspirasi itu mencari jalur baru dan kampus selalu menjadi artikulator ketika aspirasi itu mampet. Jadi ketika kampus-kampus itu menyuarakan pendapat, itu artinya ada aspirasi kuat yang mampet yg tidak diutarakan di dalam channel-channel politik yang ada. Kampus tidak berpolitik secara partisan, kampus berpolitik secara kenegaraan”.

Pada kutipan tersebut, ARB yang merupakan seseorang tokoh politik mengutarakan argumennya melalui penganalogan. Kata *saluran-saluran, mampet,*

dan *artikulator* merupakan bentuk diksi yang mengikat konteks. Dibutuhkan pengidentifikasi 3 konsep *rhetoric triangle* menurut Aristoteles untuk memahami kalimat-kalimat retoris tersebut dan mengetahui tujuan yang ingin dicapai dalam bahasa retorikanya. Logika dibutuhkan untuk memahami makna kata ‘saluran-saluran’, ‘mampet’, dan ‘artikulator’. Etika berfungsi untuk meyakinkan audien terkait apa yang disampaikan pembicara. Etika berkaitan dengan kredibilitas seorang pembicara. ARB merupakan seorang akademisi, dosen, sekaligus tokoh politik. Rekam jejak tersebut seharusnya dapat meningkatkan kepercayaan audien terhadap apa yang disampaikan ARB terkait fenomena demokrasi yang dianalogikan melalui kata *saluran-saluran*, *mampet*, dan *artikulator*. Emosi berkaitan dengan bagaimana pembicara mengolah bahasanya sehingga dapat memainkan perasaan audien sesuai dengan apa yang diinginkan, misalnya menyetujui atau menolak.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkap makna ujaran ARB yang mengandung *ethos*, *pathos*, dan *logos* pada Program *Desak Anies*. Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Agustin, dkk (2022) dalam artikel yang berjudul “Teknik Retorika Rocky Gerung dalam Indonesia Lawyers Club dan CNN Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan teknik retorika dan mendeskripsikan tujuan retorika. Hasil penelitian berupa data teknik *ethos* sebanyak 8 data, teknik *pathos* sebanyak 11 data, dan teknik *logos* sebanyak 71 data dari gabungan antara 25 video Indonesia Lawyers Club dan 6 video CNN Indonesia. Persamaan peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang retorika Aristoteles. Perbedaan dalam penelitian ini terletak dari objek penelitian.

Penelitian kedua ialah penelitian yang dilakukan Ni'mah (2021) dalam skripsi yang berjudul “Retorika Politik Anies Baswedan dalam Mengomunikasikan Kebijakan Pandemi COVID-19 Di DKI Jakarta”. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Anies memiliki gaya retorika yang sistematis dan pembawaan yang tenang, serta tidak pernah menyerang lawan secara berlebihan. Selain itu, Anies juga menunjukkan kesan yang kurang tegas, namun banyak menyebutkan data dalam berargumen. Persamaan peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang retorika Anies Baswedan, namun perbedaannya terletak pada teori dan objek penelitian yang digunakan.

Penelitian ketiga ialah penelitian yang berjudul “Kredibilitas Komunikator Politik Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) sebagai Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta” oleh Nani Nurani Muksin (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi politik Ahok secara verbal dan non verbal, menganalisis etika komunikasi politik Ahok, dan menjelaskan kredibilitas komunikator politik Ahok. Hasil penelitian ini berisi pemaparan gaya komunikasi Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) yang memengaruhi kredibilitasnya sebagai gubernur di DKI Jakarta, dengan ciri khasnya yang tidak mau mendengar pendapat orang lain atau "*noble selse*", bicaranya tegas dan keras, sikap dan reaksinya secara keseluruhan yang meledak-ledak. Persamaan peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang retorika, namun perbedaannya terletak pada objek penelitian yang digunakan.

Penelitian keempat ialah skripsi Hilyah Afifah (2022) berjudul “Penerapan Retorika Aristoteles Ustadz Hanan Attaki dalam YouTube Shift Media Episode Ramadhan 1442 Hijriyah Bareng UHA”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

UHA selalu menerapkan formula segitiga retorika Aristoteles. UHA mampu menarik emosional dan sisi rasional mad'u dengan dukungan dari kredibilitas yang tinggi. UHA juga menjadi inspirasi bagi kalangan muda, terlebih menghilangkan jarak antara dirinya dengan anak muda dan selalu tampil ala milenial walau berdakwah dengan komunikasi satu arah. Persamaan penelitian adalah sama-sama mengkaji tentang retorika Aristoteles, namun perbedaannya terletak pada objek penelitian yang digunakan.

Penelitian terakhir ialah penelitian pada skripsi Albizar Ghiffary (2019) yang berjudul “Komunikasi Politik dan Pemilih Pemula Studi atas Retorika Politik Anies Baswedan dalam Menarik Pemilih Pemula di Pilkada DKI Jakarta 2017”. Penelitian ini menjelaskan tentang keberhasilan Anies Baswedan dalam menarik pemilih pemula yang melibatkan penyampaian pesan dengan gaya sopan dan tenang. Anies Baswedan berhasil melakukan pendekatan dengan melibatkan emosionalitas yang kuat kepada pemilih pemula. Persamaan penelitian adalah sama-sama mengkaji tentang retorika Anies Baswedan dengan teori retorika Aristoteles, namun perbedaannya terletak pada sumber data penelitian.

Kelima penelitian tersebut merupakan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian pada proposal ini, baik dari segi objek yang memiliki kesamaan maupun penggunaan teori yang digunakan. Namun, dapat diketahui bahwa sejauh ini, peneliti belum menemukan penelitian terdahulu yang berusaha mengungkapkan retorika politik ARB dalam program *Desak Anies* dengan teori retorika Aristoteles secara mendalam. Ada pun penelitian ini dilakukan karena belum ada yang mengkaji program *Desak Anies* di YouTube, sehingga ditemukan kesulitan dalam mengidentifikasi isi dialog ARB dalam bentuk *ethos*, *pathos*, dan *logos*, serta

bagaimana menginterpretasi keseluruhan dialog tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan simak catat. Pada tahap dokumentasi, peneliti menghimpun dan mengolah informasi yang relevan dengan penelitian, seperti artikel, skripsi, jurnal, dan buku. Teknik simak catat dilakukan dengan menonton video program *Desak Anies*, mentranskripsi isi video, dan mencatat data-data yang menunjukkan *ethos*, *pathos*, dan *logos* ARB dalam video tersebut.

Retorika ARB dalam program *Desak Anies* menarik untuk dikaji secara komprehensif. Nilai kebaruan penelitian ini dilihat dari eksistensi program *Desak Anies* dalam kontestasi politik 2024 dan ditinjau dari analisis mendalam tentang bagaimana *ethos*, *pathos* dan *logos* ARB dalam program ini. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi elektabilitas ARB melalui interpretasi ujaran yang diterima publik. Penulis berupaya untuk mengeksplorasi perkembangan dan relevansi retorika Aristoteles di Indonesia, serta penggunaannya dalam bahasa politik. Penelitian ini diharapkan mampu menilai faktualitas dan kredibilitas ujaran ARB dibalik diksinya yang indah dan menggetarkan jiwa. Keseimbangan etika, emosi, dan logika perlu dimiliki ARB dalam retorikanya agar tidak hanya sekadar omong kosong.

Maka dari itu, dengan adanya latar belakang masalah di atas, peneliti menyadari urgensinya menerapkan ilmu pengetahuan retorika dalam mengkaji keterampilan berbahasa tokoh politik, khususnya calon pemimpin dalam sebuah kontestasi pesta demokrasi. Tentunya, pada penelitian ini, peneliti menentukan judul, yaitu “Interpretasi Retorika Anies Baswedan dalam Program *Desak Anies* di YouTube: Kajian Retorika Aristoteles”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah, yaitu terkait dengan retorika politik Anies Baswedan dalam program *Desak Anies*. Diketahui bahwasannya retorika ARB menjadi yang paling tersorot diantara paslon lainnya pada kampanye komunikasi politik di media sosial. Berikut adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Terdapat kesulitan dalam mengidentifikasi ujaran/dialog yang mengandung *ethos, pathos*, dan *logos* dari pembicara.
2. Terdapat kesulitan dalam menginterpretasi ujaran/ungkapan Anies Baswedan dalam program *Desak Anies*.
3. Terdapat kesulitan dalam menentukan isi dan tujuan retorika Anies Baswedan dalam program *Desak Anies*.
4. Terdapat kesulitan dalam menyimpulkan tujuan dari retorika Anies Baswedan dalam program *Desak Anies*.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, peneliti hanya membatasi pokok permasalahannya pada bentuk dan interpretasi retorika Anies Baswedan dalam program *Desak Anies* di YouTube yang memuat 3 konsep retorika persuasif menurut Aristoteles, yaitu *ethos, pathos*, dan *logos*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk *ethos*, *logos*, dan *pathos* dalam retorika Anies Baswedan pada program *Desak Anies* di YouTube?
2. Bagaimana interpretasi *ethos*, *logos*, dan *pathos* dalam retorika Anies Baswedan pada program *Desak Anies* di YouTube?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bentuk dan interpretasi *ethos*, *logos*, dan *pathos* dalam retorika Anies Baswedan pada program *Desak Anies* di YouTube.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.6.1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber rujukan untuk mengetahui lebih dalam *ethos*, *logos*, dan *pathos* tokoh politik dan memaknai ujaran yang disampaikannya. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai bagaimana menilai kredibilitas calon pemimpin melalui retorika yang disampaikannya di hadapan publik yang tidak hanya sekadar penggunaan bahasa figuratif.

1.6.2. Manfaat praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi mahasiswa, praktisi, maupun masyarakat lainnya dalam mempraktikkan debat dan *public speaking* di depan publi