

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan cara bagi setiap orang untuk saling berinteraksi terhadap satu sama lain. Komunikasi dapat disampaikan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi dapat dilakukan oleh siapapun juga. Didalam dunia pemerintahan, komunikasi sangat diperlukan untuk menjalankan tugas pemerintahan.

Tahun 2014 merupakan tahun dimana pergantian pemerintahan presiden yang sebelumnya dipimpin oleh Susilo Bambang Yudhoyono. Terdapat dua pasang kandidat calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (Cawapres), yaitu capres dan cawapres dengan nomor urut satu (1) adalah Prabowo S dan Hatta Rajasa, capres dan cawapres dengan nomor urut dua (2) adalah Joko Widodo dan Jusuf Kalla.

Kedua pasang Capres dan Cawapres tersebut diharuskan untuk menyampaikan visi dan misi kerja mereka ketika telah terpilih nanti kepada masyarakat Indonesia, melalui debat Capres dan Cawapres yang diselenggarakan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Indonesia. Debat Capres dan Cawapres tersebut disiarkan oleh media televisi di Indonesia secara langsung.

Debat tersebut terbagi menjadi lima kali debat dengan waktu berbeda, yaitu:

1. 9 Juni 2014 - debat antara Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK, dengan tema "Pembangunan Demokrasi, Pemerintahan yang Bersih dan Kepastian Hukum"
2. 15 Juni 2014 - debat antara Prabowo Subianto dan Joko Widodo, dengan tema "Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial"
3. 22 Juni 2014 - debat antara Prabowo Subianto dan Joko Widodo, dengan tema "Politik Internal dan Ketahanan Nasional"
4. 29 Juni 2014 - debat antara Hatta Rajasa dan Jusuf Kalla, dengan tema "Pembangunan Sumber Daya Manusia dan IPTEK"
5. 5 Juli 2014 - debat antara Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK, dengan tema "Pangan, Energi, Lingkungan"

Layaknya sebuah debat pidato, acara tersebut diatur oleh seorang moderator yang telah ditunjuk oleh KPU untuk memimpin jalannya debat pidato agar dapat berjalan sebagaimana mestinya. Moderator yang telah terpilih, dipilih oleh KPU disetiap tema dan tanggal yang berbeda.

Masing-masing kandidat calon presiden harus benar-benar mampu berpidato di depan khalayaknya yaitu masyarakat Indonesia yang melihat dan

menonton acara debat capres 2014 tersebut, supaya visi dan misi mengenai tema yang bersangkutan dapat mudah tersampaikan, dan masyarakat menjadi mengerti atau paham mengenai kinerja yang akan dilakukan oleh masing-masing calon presiden, apabila salah satu dari mereka nantinya akan terpilih menjadi presiden Indonesia.

Pidato masing-masing calon presiden akan mempengaruhi pada pemilihan presiden yang jatuh pada tanggal 9 Juli 2014. Apabila pidato dari masing-masing calon presiden terkesan tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki khalayak, maka akan mempengaruhi elektabilitas pada pemilihan suara presiden nantinya. Oleh karena itu, calon presiden harus mampu memainkan perannya ketika sedang beradu debat pidato, agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan kepada khalayak, dan khalayak mengerti dan memahami maksud dari pidato calon presiden.

Spontanitas dalam berpidato dalam debat capres 2014 juga menjadi nilai tambahan bagi khalayaknya. Apabila spontanitas yang diciptakan diluar kebiasaan khalayak, maka akan menimbulkan efek positif tersendiri, atau bahkan *boomerang* (efek negatif) bagi capres tersebut, sebagai contoh spontanitas yang dilakukan oleh capres dengan nomor urut 1 (Satu) yaitu, Prabowo Subianto dalam debat capres dengan tema pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial:

Seperti yang telah disampaikan salah satu media berita online Tempo.Co., dimana berita tersebut mengatakan bahwa, Prabowo menyebut 'kampret' mengumpat di forum debat calon presiden kedua pada malam itu, 15 Juni 2014 lalu. Suara Prabowo tersebut masih bisa didengar dari rekaman video di Youtube. Ucapan dari Prabowo tersebut muncul dalam video lengkap *MetroTV* di YouTube, ucapan itu muncul pada menit ke-59 detik ke-40 atau di video *TVOne* di YouTube pada menit ke-54 detik ke-50.

Ketika itu, Jokowi, sapaan Joko Widodo, bertanya bagaimana pemikiran Prabowo untuk meningkatkan peran TPID. Prabowo tampak kebingungan mendengarnya. Sambil duduk, dia bertanya, "Bagaimana dengan singkatan TPID?" Jokowi lantas menjawab, "TPID ini untuk Tim Pengendalian Inflasi Daerah, Pak Prabowo. Terima kasih," ujar Jokowi.

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan kampret sebagai kelelawar kecil pemakan serangga atau biasa disebut *Microchiroptera*. Dalam bahasa Indonesia, kata kampret kerap diucapkan sebagai ungkapan kegagalan atau kecewa.

<http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/06/18/269586080/Beredar-Video-Prabowo-Sebut-Kampret-di-Debat> diakses: 30 Juni 2014 pukul 12.30 WIB)

Pada berita diatas, dalam dilihat bahwa Prabowo Subianto terlihat kaget dan spontan mengucapkan kata “kampret” karena harus merespon tanggapan dari Joko Widodo dalam debat capres 15 Juni 2014. Kata “kampret” tersebut seharusnya tidak keluar dari seorang calon presiden apabila ia menyiapkan dengan matang tema pidato yang akan dibahasnya dan apabila ia mengerti etika dalam berkomunikasi.

Dapat dilihat bahwa pidato atau retorika merupakan alat persuasi bagi khalayaknya, agar khalayak mengikuti kehendak orator secara tidak langsung. Persuasi sendiri merupakan proses komunikasi yang sudah dikenal sejak zaman Aristoteles dan pakar retorika lainnya.

Debat itu sendiri merupakan praktik komunikasi yang secara intens memacu seorang pembicara untuk membangun argumen dalam waktu singkat. Pembicara dibatasi oleh seorang moderator yang berfungsi untuk menginterupsi sebuah debat dan mengatur jalannya debat pidato agar dapat berjalan dengan baik dan sempurna.

Di dalam retorika Aristoteles sendiri memiliki *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang digunakan sebagai patokan atau senjata dalam melakukan retorika. Tanpa ketiga hal tersebut, retorika akan mengalami kesulitan, terutama pesan yang akan disampaikan kepada khalayaknya.

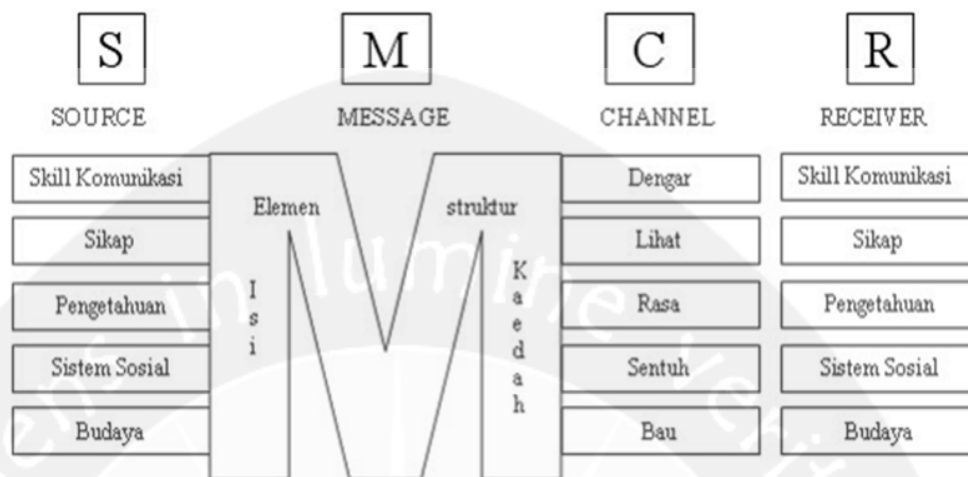
Tema pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial dipilih oleh penulis sebagai tema debat pidato yang akan diangkat, karena menurut penulis pada tema tersebut merupakan pertama kalinya calon presiden beradu pidato

dan debat secara *head to head* mengenai misi dan visi terkait tema yang diangkat.

Sebelum memahami retorika lebih jauh, penulis mencoba menggunakan model komunikasi sederhana dari Berlo atau lebih dikenal dengan model SMCR (Mulyana, 2008: 162), yaitu "... kepanjangan dari *Source* (Sumber), *Message* (Pesan), *Channel* (Saluran), dan *Receiver* (Penerima); gunanya untuk menjelaskan proses komunikasi yang terjadi. .

Penulis bertujuan agar model komunikasi tersebut dapat mudah dipahami, dimana model komunikasi ini merupakan awal dari terbentuknya sebuah komunikasi. *Source* atau sumber dapat saja mengandung *skill* komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya, dimana semuanya itu dapat mempengaruhi komunikator dan dalam berbicara.

Message adalah pesan yang akan disampaikan, dapat mengandung elemen isi atau struktur kaedah tertentu dalam bentuk verbal maupun non verbal. *Channel* adalah media yang digunakan untuk menangkap pesan yang telah diberikan. Sebagai manusia, kita lebih menggunakan panca (lima) indra kita seperti pendengaran, penglihatan, peraba, perasa atau pengecap, dan penciuman. Tanpa *channel* atau media, pesan sulit untuk ditangkap. Dan yang terakhir adalah *receiver* adalah penangkap pesan atau komunikan. Disini, komunikan juga dapat menjadi komunikator, begitu pula sebaliknya, sehingga kedudukan komunikator dan komunikan sama. Berikut gambar mengenai bentuk model SMCR dari Berlo, agar dapat lebih mudah dipahami:



Gambar 1. Bentuk Model Komunikasi Berlo (SMCR)

Setelah memahami proses dari model komunikasi, maka selanjutnya memahami mengenai retorika. Menurut Subardjo Darmojuwono, ketika melaksanakan komunikasi yang efektif dan efisien, manusia memerlukan pola dan komunikasi untuk memenuhi maksud dan tujuannya berkomunikasi, dengan kata lain hal ini mirip seperti retorika.

Retorika sendiri menurut Aristoteles adalah alat-alat persuasi yang tersedia. Baginya, menggunakan semua alat persuasi bukanlah merupakan suap atau penyiksaan, suatu cara yang umum digunakan pada masa Yunani kuno (West dan Turner, 2008: 6). Berdasarkan pandangan tersebut, berarti retorika adalah hal yang sangat wajar dilakukan terutama ketika adanya kampanye.

Jika dilihat, retorika hampir mirip seperti perencanaan komunikasi. Bertolak dari anggapan tersebut, lingkup perencanaan komunikasi dipisahkan dari lingkup yang menjadi wilayah garapan retorika. Menurut beliau, pembahasan mengenai perencanaan komunikasi lebih dibatasi pada lingkup komunikasi organisasi atau kelembagaan yang dalam hal ini lebih memerlukan perhitungan rasional dan pertimbangan keilmuan. (Darmojuwono, 1992: 1).

Retorika sendiri menurut Dori Wuwur Hendrikus (1991), berarti kesenian untuk berbicara baik, yang dicapai berdasarkan bakat alam (talenta) dan keterampilan teknis. Menurut beliau, retorika membutuhkan sebuah dialektika (diskusi dan debat), dan *elocutio* (kelancaran berbicara). (D. Wuwur Hendrikus, 1991: 14)

Pembicara atau orator memiliki peranan yang cukup penting dalam melakukan kampanye terutama dalam debat. Keberhasilan penyampaian pesan dari kegiatan kampanye dalam debat ini menentukan keberhasilan seorang orator dalam menentukan strategi retorika dalam berpidato didepan khalayaknya.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melihat retorika yang telah digunakan atau diterapkan oleh orator atau masing-masing calon presiden 2014.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana retorika Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam debat calon presiden 2014 mengenai pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan retorika yang digunakan dari Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam debat calon presiden 2014 mengenai pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi orang lain baik secara akademik maupun secara praktis.

1. Manfaat Akademik:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan bagi dunia ilmu pengetahuan, terutama mengenai retorika yang digunakan dalam debat politik.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi calon pemimpin lainnya dalam memahami retorika yang baik dan benar, sesuai dengan yang telah disampaikan oleh Prabowo Subianto dan

Joko Widodo dalam debat calon presiden 2014 mengenai pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial.

E. Kerangka Konsep

Konsep menurut Rachmat Kriyantono (2008: 17) yaitu “istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan.

1. Retorika

“Dalam melaksanakan komunikasi yang efektif dan efisien, seseorang memerlukan pola atau rancangan komunikasi yang mampu memenuhi maksud dan tujuan komunikasinya. Secara tradisional, hal demikian dapat kita jumpai dalam retorika” (Darmojuwono, 1992: 1).

Menurut Darmojuwono seorang komunikator harus memiliki rancangan dan sifat retorika agar dapat mencapai maksud dan tujuannya berkomunikasi. Singkatnya retorika itu adalah sebuah seni berpidato. Berpidato dibutuhkan dalam membangun sebuah argumen atau pendapat didalam sebuah demonstrasi atau orasi dan kegiatan lainnya. Tidak hanya dibutuhkan seni dalam berpidato saja, tetapi juga berbicara bagaimana mempersuasi para audiens agar pesan yang disampaikan dapat mengenai sasaran secara tepat.

Retorika telah ada sejak manusia ada, tetapi mulai dipelajari sejak tahun 500 sebelum Masehi, dan ini tetap akan dijadikan bahan studi dari masa ke masa. Sudah dari sejak zaman Yunani Purba dan zamana Romawi retorika dipelajari dan diteliti untuk kebenaran bagi para pemimpin, negarawan, dan politikus. Tujuan Retorika di Indonesia kini adalah terutama membangkitkan partisipasi rakyat, sedangkan caranya bervariasi, mulai dari tatap muka sampai penggunaan media massa yang beraneka ragam. (Onong Uchayana E., 2004: 52)

Littlejohn dalam bukunya menyebutkan bahwa pada awalnya, retorika berhubungan dengan persuasi, sehingga retorika adalah seni penyusunan argument dan pembuatan naskah pidato. Kemudian, berkembang sampai meliputi proses “*adjusting ideas to people and people to ideas*” dalam segala jenis pesan. Fokus dari retorika telah diperluas bahkan lebih mencakup segala cara manusia dalam menggunakan simbol untuk mempengaruhi lingkungan di sekitarnya dan untuk membangun dunia tempat mereka tinggal (Little John, 2009: 73).

Jalaluddin Rakhmat menambahkan bahwa, “tujuan akhir dari pidato persuasif adalah mempengaruhi manusia. Retorika sering juga disebut seni persuasi, dan persuasi adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi

psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Pendapat, sikap dan tindakan adalah fenomena kepribadian, karena itu seorang orator (ahli pidato) perlu mengetahui faktor-faktor yang menentukan kepribadian manusia". (Jalaluddin Rakhmat, 2000: 102)

Pidato atau retorika memiliki banyak jenis. Salah satunya jenis-jenis pidato menurut Ernest dan Nancy (1991), yaitu:

1. Pidato Informatif
2. Pidato Argumentatif
3. Pidato Persuasif

Berbeda dengan Jalaluddin Rakhmat (2000), beliau menambahkan bahwa terdapat satu jenis pidato lagi, yaitu pidato rekreatif.

Pidato informatif menurut Jalaluddin Rakhmat (2000), bertujuan untuk menyampaikan informasi. Khalayak atau resipiens diharapkan mengetahui, mengerti, dan menerima informasi itu. Pidato informatif, merupakan upaya untuk menanamkan pengertian. Karena itu secara keseluruhan, pidato informatif harus jelas, logis, dan sistematis. Khalayak sulit memahami pesan yang abstrak, meloncat-loncat, dan kacau.

Pidato argumentasi menurut Ernest dan Nancy (1991) adalah sebuah pidato yang berupa perdebatan, atau tekanan yang diberikan

pada argumentasi pendek. Biasanya dilakukan di depan hakim disebuah persidangan.

Menurut Gamble (2010), *persuasive speech is a speech whose primary purpose is to change or reinforce the attitudes, beliefs, values, and/or behaviors of receivers*. Dari pengertian pidato persuasif menurut Gamble, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pidato persuasif ini adalah untuk mengubah sifat dan pemikiran dari khalayak.

Pidato rekreatif menurut Alan H. Monroe yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat (2000), mengatakan bahwa pidato rekreatif “*the speech to entertain*”. Artinya pidato rekreatif tidak hanya pidato yang berisi komedi, tapi sifatnya menghibur.

Berdasarkan jenis-jenis pidato yang telah disampaikan diatas, dapat kita lihat bahwa jenis-jenis retorika tersebut tidak jauh berbeda dengan jenis retorika menurut Aristoteles. Terdapat jenis-jenis retorika yang dipakai oleh Aristoteles untuk mengemukakan situasi berbicara yang berbeda untuk dipertimbangkan oleh para khalayak, yaitu:

1. Retorika Forensik

Retorika Forensik adalah jenis retorika yang berkaitan dengan keadaan dimana pembicara mendorong timbulnya rasa bersalah atau tidak bersalah dari khalayak.

2. Retorika Epideiktik

Retorika Epideiktik adalah jenis retorika yang berkaitan dengan memuji atau menyalahkan.

3. Retorika Deliberatif

Retorika Deliberatif adalah jenis retorika yang menentukan tindakan yang harus diambil oleh khalayak.

Retorika Forensik mirip dengan retorika argumentatif milik Ernest dan Nancy (1991), dimana secara khusus merujuk pada berbicara di dalam ruang pengadilan. Tujuannya adalah untuk menimbulkan perasaan bersalah atau tidak bersalah.

Retorika Epideiktik sering juga disebut sebagai pidato seremonial, tujuannya untuk memuji, menghormati, menyalahkan, dan mempermalukan. Pidato-pidato ini biasanya berfokus pada isu-isu sosial, karena menurut Aristoteles orang tertarik dengan apa yang ada di sini dan sekarang.

Retorika Deliberatif sering juga disebut sebagai retorika politis, dan merupakan fokus dari banyak komentar Aristoteles mengenai wacana retorika. (West dan Turner, 2008: 16 – 18)

Retorika menurut Aristoteles dalam buku West dan Turner (2008), yaitu retorika merupakan alat-alat persuasi yang tersedia. Baginya, semua alat persuasi bukanlah merupakan suap atau penyiksaan, suatu cara yang umum digunakan pada masa Yunani kuno, dimana perbudakan dilembagakan.

Menurut Dori Wuwur Hendrikus (1991), terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi retorik atau retorika:

1. Komunikator

- a. Pengetahuan tentang komunikasi dan keterampilan berkomunikasi.

Yang dimaksudkan adalah penguasaan bahasa dan keterampilan mempergunakan bahasa, keterampilan menggunakan media komunikasi untuk mempermudah proses pengertian pada resipiens, kemampuan untuk mengenal dan menganalisis situasi pendengar sehingga dapat memberikan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

- b. Sikap komunikator.

Sikap komunikator seperti agresif (menyerang) atau cepat membela diri, sikap yang mantap dan meyakinkan, sikap rendah hati, rela mendengar, dan menerima anjuran dapat memberi dampak yang besar dalam proses komunikasi retorik.

- c. Pengetahuan umum.

Komunikator sebaiknya memiliki pengetahuan umum yang luas, karena dengan begitu komunikator dapat mengenal dan menyelami situasi pendengar dan dapat

mengerti mereka secara lebih baik. Komunikator harus mengetahui dan menguasai bahan yang dibebankan secara mendalam, teliti dan tepat. Komunikator juga hendaknya mengetahui dan mengerti hal-hal praktis dari kehidupan harian para pendengarnya, supaya dapat menyampaikan sesuatu yang mampu menggugah hati mereka.

d. Sistem sosial.

Setiap komunikator berada dan hidup didalam sistem masyarakat tertentu. Posisi, pangkat, atau jabatan yang dimiliki komunikator dalam masyarakat sangat mempengaruhi efektivitas komunikasi retorik (misalnya: sebagai pemimpin atau bawahan, sebagai orang yang berpengaruh atau tidak).

e. Sistem kebudayaan.

Di samping sistem sosial, sistem kebudayaan yang dimiliki seorang komunikator juga dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi retorik. Tingkah laku, tata adab dan pandangan hidup yang diwarisinya dari suatu kebudayaan tertentu akan juga mempengaruhi efektivitas dalam proses komunikasi retorik dengan manusia lain.

2. Resipiens atau khalayak

- a. Pengetahuan tentang komunikasi dan keterampilan berkomunikasi.

Resipiens harus dapat saling berkomunikasi dan saling mengerti apabila resipiens dan komunikator menggunakan bahasa atau kode yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi tidak akan terjadi apabila bahasa yang dipergunakan oleh komunikator tidak dimengerti oleh resipiens. Dalam hubungan ini, perlu diperhatikan bahwa pendengar mempunyai cara mendengar dan mengerti sendiri, yang dapat berbeda dari apa yang sebenarnya dimaksudkan oleh komunikator.

- b. Sikap resipiens atau khalayak.

Sikap-sikap positif seperti terbuka, senang, tertarik dan simpatik akan memberi pengaruh positif dalam proses komunikasi, sebaliknya sikap negatif seperti tertutup, jengkel, tidak simpatik terhadap komunikator akan mendatangkan pengaruh negatif.

- c. Sistem sosial dan kebudayaan.

Sistem sosial dan kebudayaan dapat menghasilkan sifat dan karakter khusus pada resipiens. Oleh karena itu,

komunikator harus memperhatikan segala faktor ini, apabila komunikator mengharapkan efek yang besar dalam proses komunikasi dengan pendengarnya.

3. Pesan dan Media

a. Elemen-elemen pesan.

Dalam proses ini, komunikator harus memperhatikan elemen-elemen yang membentuk pesan, supaya komunikasi dapat membawa efek yang besar. Elemen-elemen itu berupa kata-kata dan kalimat, pikiran atau ide yang dibebankan, alat peraga yang dipakai untuk mengkonkretisasi pesan, suara, tekanan suara, artikulasi, mimik, dan gerak-gerik untuk memperjelas pesan yang disampaikan.

b. Struktur pesan.

Susunan organis dimana elemen-elemen itu dikedepankan untuk mengungkapkan pesan. Pada prinsipnya struktur atau susunan pesan harus jelas dan mudah dimengerti.

c. Isi pesan.

Isi pesan seharusnya mudah ditangkap, tidak boleh terlalu sulit, dan tidak mengandung terlalu banyak kebenaran, karena dapat membingungkan resipien.

Sebaiknya isi pesan dibatasi pada satu atau dua pokok pikiran yang diuraikan secara jelas, terinci, dan tepat.

d. Proses pembeberan.

Yang dimaksudkan adalah cara membawakan dan mengemukakan pesan dari komunikator. Ada tiga kemungkinan yang dapat dipilih, yaitu membawakan secara bebas, tanpa teks, terikat pada teks.

Aristoteles mengasumsikan retorika menjadi dua asumsi, yaitu:

- a. Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka.

Asumsi yang pertama ini berkaitan dengan komunikasi merupakan proses transaksional. Aristoteles menyatakan bahwa hubungan antara pembicara - khalayak harus dipertimbangkan. Para pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan khalayak mereka. Para pembicara harus, dalam hal ini, berpusat pada khalayak. Mereka harus memikirkan khalayak sebagai sekelompok orang yang memiliki motivasi, keputusan, dan pilihan dan bukannya sebagai sekelompok besar orang yang homogeny dan serupa. Yang lebih penting lagi pembicara harus terlibat dalam analisis khalayak, dimana proses mengevaluasi suatu khalayak dan latar

belakangnya (seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan sebagainya).

- b. Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka.

Asumsi kedua ini berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Bukti-bukti yang dimaksudkan oleh Aristoteles ini merujuk pada cara-cara persuasi dan bagi Aristoteles terdapat tiga bukti: *ethos*, *pathos*, dan *logos*. **Ethos** merujuk pada karakter, intelegensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara ketika hal-hal ini ditunjukkan melalui pidatonya. **Logos** adalah bukti-bukti logis yang digunakan oleh pembicara (argumen mereka, rasionalisasi, bahasa yang jelas dan wacana).

Pathos berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar. Aristoteles beragumen bahwa para pendengar menjadi alat pembuktian ketika emosi mereka digugah, para pendengar menilai dengan cara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh rasa bahagia, sakit, benci, atau takut. (West dan Turner, 2008: 6 – 8)

2. Kanon Retorika Aristoteles

Aristoteles yakin bahwa, agar suatu pidato persuasif dapat menjadi efektif, para pembicara harus mengikuti tuntunan tertentu atau prinsip-prinsip yang ia sebut **kanon**. Ini merupakan rekomendasi untuk membuat suatu pidato lebih menggugah.

Penemuan, penyusunan atau pengaturan, gaya, penyampaian, dan daya ingat, merupakan elemen-elemen penting dalam mempersiapkan sebuah pidato, dan juga merupakan pusat dari tradisi retorika menurut Aristoteles (Little John, 2009: 73).

Penemuan, (*invention*) didefinisikan sebagai konstruksi atau penyusunan dari suatu argumen yang relevan dengan tujuan dari suatu pidato, karenanya, dapat mencakup penggunaan cara berpikir entimem dalam suatu pidato. Selain itu, penemuan diinterpretasikan secara luas sebagai sekelompok informasi dan pengetahuan yang dibawa oleh seorang pembicara ke dalam situasi berbicara.

Pengaturan, berhubungan dengan kemampuan pembicara untuk mengorganisasikan pidatonya. Didalam pengaturan atau penyusunan, terdapat tiga hal penting yang harus diperhatikan terutama dalam penyusunan teks pidato, yaitu:

a. Pengantar

Pengantar adalah bagian strategi dalam suatu pidato yang mencakup menarik perhatian khalayak, menunjukkan hubungan

topik dengan khalayak, dan memberikan bahasan singkat mengenai tujuan pembicara.

b. Batang Tubuh (*body*)

Batang Tubuh adalah strategi dalam suatu pidato yang mencakup argument, contoh, dan detail penting untuk menyampaikan suatu pemikiran.

c. Kesimpulan

Kesimpulan adalah bagian dari strategi dalam suatu pidato yang ditujukan untuk merangkum poin-poin atau nilai-nilai penting yang telah disampaikan pembicara dan untuk menggugah emosi di dalam khalayak.

Gaya, menurut Aristoteles juga membahas mengenai pemilihan kata, penggunaan perumpamaan, dan kepantasan kata. Ia menyatakan bahwa kata-kata aneh atau glos (*gloss*) harus dihindari. Ia memperkenalkan metafora (*metaphor*), atau majas yang membantu untuk membuat sesuatu yang kurang jelas menjadi lebih mudah dipahami. Metafora memiliki kapasitas untuk mengubah isi dan aktivitas didalam benak seseorang.

Penyampaian menurut Aristoteles tidak dapat diajarkan begitu saja, tetapi hal ini sangat penting bagi para pembicara. Penyampaian merujuk pada presentasi nonverbal dari ide-ide seorang pembicara. Penyampaian bisa menyangkut beberapa perilaku, seperti: kontak

mata, tanda vokal, ejaan, kejelasan pengucapan, dialek, gerak tubuh, dan penampilan fisik.

Daya ingat, menjadi penting karena berguna untuk menyimpan penemuan, pengaturan, dan gaya didalam benak pembicara. Daya ingat, lebih merujuk kepada usaha-usaha pembicara untuk menyimpan informasi untuk sebuah pidato.

TABEL 1: Kanon Retorika Aristoteles

KANON	DEFINISI	DESKRIPSI
Penemuan	Integrasi cara berpikir dan argument di dalam pidato	Menggunakan logika dan bukti di dalam pidato membuat sebuah pidato menjadi lebih kuat dan persuasif.
Pengaturan	Organisasi dari pidato	Mempertahankan struktur suatu pidato – Pengantar, Batang Tubuh, Kesimpulan – mendukung kredibilitas pembicara, menambah tingkat persuasi dan mengurangi rasa frustrasi pada pendengar.
Gaya	Penggunaan bahasa di dalam pidato	Penggunaan gaya memastikan bahwa suatu pidato dapat diingat dan bahwa ide-ide dari pembicara diperjelas.
Penyampaian	Presentasi dari pidato	Penyampaian yang efektif mendukung kata-kata pembicara dan membantu mengurangi ketegangan pembicara.
Ingatan	Penyimpanan informasi di dalam benak pembicara	Mengetahui apa yang akan dikatakan dan kapan mengatakannya, meredakan ketegangan pembicara dan memungkinkan pembicara untuk merespons hal-hal yang tidak terduga.

Sumber Tabel: West and Turner, 2008: 11

Sedikit menambahkan dan melengkapi pendapat Aristoteles mengenai penyampaian, maka terdapat tiga hal yang menjadi kunci utama agar sebuah pesan persuasif menjadi lebih efektif, yaitu:

1. Menarik Perhatian

- a. Tunjukkan bahwa topik itu berhubungan erat dengan kepentingan khalayak.
- b. Hindari satu jenis teknik pengembangan bahasan. Gunakan berbagai teknik: kutipan, analogi, contoh, definisi, puisi, peribahasa. Ubah bentuk-bentuk kalimat: pertanyaan, perintah, harapan, berita.
- c. Gunakan contoh-contoh yang spesifik dan konkret.
- d. Ceritakan kisah-kisah menarik.
- e. Organisasikan bahan-bahan itu atau berikan makna kepadanya secara orisinal, kreatif dan informatif. Dengan kata lain komunikator atau orator dapat saja menggunakan bahan-bahan yang telah ada dengan mengemasnya dengan cara yang baru dan lebih bermakna.

2. Meyakinkan

Untuk meyakinkan pendengar, kita memerlukan bahasan tersendiri berkenaan dengan teknik-teknik argumentasi. Cukup disini ditegaskan bahwa bahan-bahan yang dapat meyakinkan adalah bukti. Ada empat bukti yang harus dimasukkan dalam pidato persuasif: fakta, contoh, statistik, dan testimoni. Ada empat teknik penyajian bukti: induksi, deduksi, hubungan kausal, dan analogi.

3. Menyentuh atau menggerakkan

Bahan-bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah bahan-bahan yang mempunyai pengaruh psikologis. Penggunaan daya tarik motif melalui tiga tahap: analisis, seleksi, dan adaptasi. Pertama, temukan keinginan, harapan, cita-cita khalayak tertentu; kedua, pilihlah bahan-bahan yang sesuai dengan keinginan khalayak; ketiga, hubungkan usulan kita dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan khalayak tersebut. (Jalaluddin Rakhmat, 2000: 115 – 116)

Jalaluddin Rakhmat mencoba membagi pola penyusunan pesan persuasif menjadi empat bagian, yakni:

1. Pola Pemecahan Masalah

Pola ini menunjukkan masalah yang dihadapi khalayak dan menyarankan cara-cara pemecahannya.

A. Pengantar/Pendahuluan

B. Isi Pidato

1. Tunjukkan masalahnya

- a. Apa penyebabnya?
- b. Siapa yang bertanggung jawab?
- c. Sejauh mana urgensinya?

2. Tunjukkan alternatif pemecahan

- a. Adakah pemecahan masalah?

- b. Apa yang dapat dilakukan untuk mencegah masalah?
 - c. Siapa yang dapat bertindak mengatasi masalah?
3. Tunjukkan pemecahan terbaik
- a. Apa yang pernah dilakukan orang untuk memecahkan masalah itu?
 - b. Mana pemecahan yang Anda usulkan?
 - c. Mana pemecahan yang disukai khalayak?

C. Kesimpulan/Penutup

2. Pola Sebab-Akibat

Pola ini dimaksudkan untuk melukiskan situasi yang terjadi. Dengan pola ini, pendengar diajak untuk memahami masalah lebih jernih dan mengerti sebab-sebabnya.

A. Pengantar/Pendahuluan

B. Isi Pidato

- 1. Tunjukkan sebab-sebab timbulnya kasus
 - a. Faktor-faktor apa yang menimbulkannya?
 - b. Apakah kasus itu merupakan respon pada kasus lain?
 - c. Siapa bertanggung jawab?
- 2. Tunjukkan akibat-akibat kasus
 - a. Bagaimana indikasi kasus?
 - b. Siapa yang dikenai kasus?
 - c. Faktor-faktor apa bagi yang terpengaruh?

3. Apa yang dapat/harus dilakukan?

- a. Apa jalan keluarnya?
- b. Bagaimana jalan keluar itu menimbulkan efek yang dikehendaki?
- c. Apa faidah-faidahnya?
- d. Siapa yang harus melakukannya?

C. Kesimpulan/Penutup

3. Pola Pro-Kontra

Bila topik pemecahan masalah dan pola sebab-akibat tidak dapat disusun, maka pola ini dapat menjadi referensi untuk dilakukan.

A. Pengantar/Pendahuluan

B. Isi Pidato

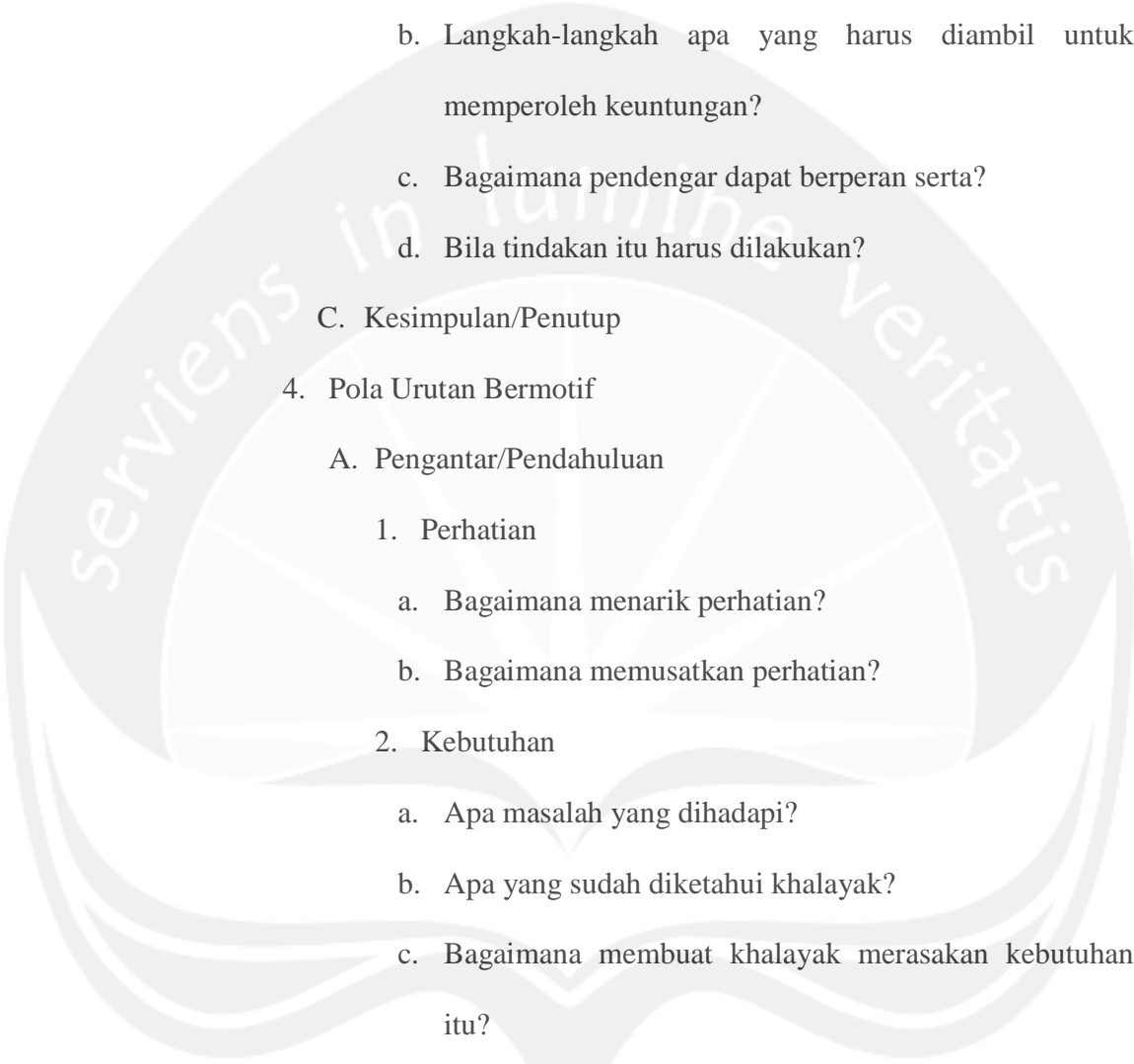
1. Tunjukkan keuntungan-keuntungannya

- a. Aspek mana dari pokok pembicaraan yang paling menarik?
- b. Keuntungan apa yang bakal diperoleh pendengar?

2. Tunjukkan kerugian-kerugiannya

- a. Aspek mana yang paling tidak menarik?
- b. Adakah kerugian atau biaya tersembunyi yang akan dialami pendengar?

3. Tunjukkan bagaimana pendengar memperoleh keuntungan

- 
- a. Apakah keuntungan lebih besar dari kerugian?
 - b. Langkah-langkah apa yang harus diambil untuk memperoleh keuntungan?
 - c. Bagaimana pendengar dapat berperan serta?
 - d. Bila tindakan itu harus dilakukan?

C. Kesimpulan/Penutup

4. Pola Urutan Bermotif

A. Pengantar/Pendahuluan

1. Perhatian

- a. Bagaimana menarik perhatian?
- b. Bagaimana memusatkan perhatian?

2. Kebutuhan

- a. Apa masalah yang dihadapi?
- b. Apa yang sudah diketahui khalayak?
- c. Bagaimana membuat khalayak merasakan kebutuhan itu?

B. Isi Pidato

1. Pemuasan

- a. Bagaimana kebutuhan khalayak dapat dipuaskan?
- b. Apa tanda-tanda pemuas kebutuhan?
- c. Dimana pemuasan itu dapat diperoleh?

2. Visualisasi

- a. Apa keuntungan bagi khalayak?
- b. Bagaimana keadaannya bila kebutuhan itu terpenuhi?

C. Kesimpulan/Penutup

1. Imbauan/Tindakan

- a. Apa yang harus dilakukan khalayak untuk memperoleh pemuas kebutuhan?
- b. Kapan mereka harus bertindak?

Pola-pola diatas hanya menunjukkan pola-pola yang lazim digunakan dalam pidato persuasif. Semua pola itu dipergunakan untuk pidato persuasif, tergantung pada topik apa yang sedang komunikator atau orator gunakan. (Jalaluddin Rakhmat, 2000: 118-121)

3. *Ethos, Pathos, dan Logos.*

Griffin dalam bukunya mencoba sedikit menjelaskan bahwa Logos atau *logical proof* berasal dari garis-garis besar dari pidato, Ethos atau *ethical proof* adalah cara karakter pembicara terungkap melalui pesan, dan Pathos atau *emotional proof* adalah cara menggambarkan perasaan yang dirasa oleh pembicara kepada pendengar. (Griffin, 2003: 304)

Banyak cara yang dilakukan oleh seorang orator dalam mempersiapkan pidatonya. Salah satunya menurut Jalaluddin Rakhmat (2000), Ia membagi pidato atau retorika kedalam empat jenis berdasarkan cara mempersiapkannya, yaitu:

1. *Impromtu*

Impromtu adalah sebuah pidato yang dilakukan secara spontan. Biasanya jenis pidato ini dapat kita lihat dalam pidato secara tiba-tiba dalam suatu acara pesta, pernikahan, dll.

2. *Manuskrip*

Manuskrip adalah sebuah pidato yang dilakukan dengan menggunakan naskah. Biasanya komunikator akan membacakan pidatonya, yang telah disiapkan untuk selanjutnya dibaca di depan khalayaknya.

3. *Memoriter*

Memoriter adalah sebuah jenis pidato dimana komunikator akan menulis pidatonya lalu menghafalkan kata demi kata.

4. *Ekstempore*

Ekstempore adalah sebuah jenis pidato yang paling baik dan paling sering dilakukan oleh orator atau juru pidato yang mahir. Pidato sudah dipersiapkan sebelumnya berupa *out-line* (garis besar) dan pokok-pokok penunjang pembahasan.

Konrad Lorenz dikutip oleh D. Wuwur Hendrikus mengatakan bahwa “Apa yang diucapkan tidak berarti juga didengar. Apa yang didengar, tidak berarti juga dimengerti. Apa yang dimengerti tidak berarti juga disetujui. Apa yang disetujui tidak berarti diterima. Apa

yang diterima tidak berarti juga dihayati. Apa yang dihayati tidak berarti juga mengubah tingkah laku”.

Kalimat-kalimat diatas mau mengungkapkan bahwa kesulitan dalam proses komunikasi antarmanusia. Antara ide atau pikiran dan realisasinya yang konkret terbentang satu jalan panjang, yang memiliki berbagai macam kesulitan dalam penyampaian, sehingga dapat mengurangi efektivitas dalam proses komunikasi.

Oleh karena itu, komunikasi retorik itu penting agar apa yang diucapkan dapat didengar, apa yang didengar dapat dimengerti, apa yang dimengerti dapat disetujui, apa yang disetujui dapat diterima, apa yang diterima dapat dihayati, dan apa yang dihayati dapat mengubah perilaku atau tingkah laku. (D. Wuwur Hendrikus, 1991: 42-45)

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode analisis data bersifat analisis teks berdasarkan hasil debat yang didapat dari video.

Menurut Moeloeng (2004: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara utuh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Menurut Rachmat Kriyantono (2008: 56), tujuan dari penelitian kualitatif yaitu, "... untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya". Menurutnya, pada penelitian kualitatif yang ditekankan adalah kualitas dari data yang didapat atau kedalaman persoalan, bukan pada banyaknya kuantitas data.

2. Metode Penelitian

Metode deskriptif adalah metode yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis berdasarkan teori-teori tertentu (Masri Singarimbun, 1995: 499). Untuk metode analisisnya menggunakan metode analisis teks berdasarkan video yang telah diunduh dari youtube.com dan diterjemahkan kedalam bentuk teks secara detail.

Menurut Hadari Nawawi (1998: 63) penelitian deskriptif bertujuan untuk:

- a. Mengumpulkan info aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek yang berlaku.
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi.
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk

menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

3. Sumber Penelitian

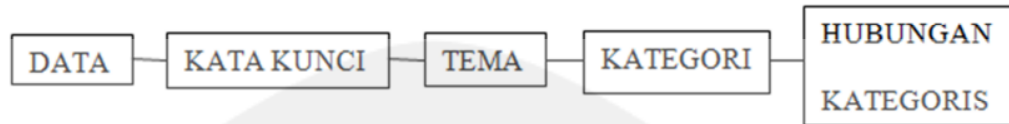
Data penelitian pidato debat diambil dari video yang dibagikan di www.youtube.com dengan topik debat capres 15 Juni 2014. Video yang diunduh untuk dijadikan data adalah video dengan waktu penanyangan penuh.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulannya ada studi pustaka. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang memanfaatkan buku-buku, majalah, surat kabar, internet dan sebagainya yang relevan dengan topik penelitian. Studi Pustaka memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2008: 118).

5. Teknis Analisis Data

Menurut Moeleong (1991: 103) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema. Penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif. Dengan teknik ini digambarkan secara sistematis data yang diperoleh berhubungan dengan penelitian ini (Sugiyono, 1999: 56).



Gambar 2:
Alur Teknis Analisis Kualitatif

“Gambar diatas merupakan teknis analisis kualitatif, dengan adanya alur tersebut, periset kualitatif pertama kali akan membaca hasil catatan lapangan, mendengarkan rekaman wawancara, membaca transkrip wawancara untuk mendapatkan pemahaman tentang kasus yang dikaji. Pada tahap ini, periset dapat menambahkan beberapa catatan yang mungkin diperlukan. Catatan bisa berupa kesimpulan sementara, atau *insight*, yang muncul begitu saja.

Pada tahap selanjutnya, periset dapat menggunakan sisi lain dari lembar catatan lapangan atau transkripsi untuk menuliskan tema, kata kunci, atau kata-kata teknis yang muncul. Setelahnya, periset dapat melanjutkan aktivitas analisis dengan membuat daftar seluruh tema yang muncul dan mulai memikirkan hubungan yang mungkin ada di antara tema-tema yang muncul.

Terakhir, berdasarkan catatan yang telah dimiliki, periset dapat membuat ‘master pola’ yang ditemukan dan siap untuk dikemukakan sebagai laporan akhir studi. Pembuatan master pola dari perilaku subjek penelitian dalam masalah tertentu dapat dilakukan dengan

memberikan pemaknaan melalui penjelasan berbagai teori yang penand (*relevant*). Seringkali pemaknaan itu hanya menghasilkan sejumlah kategori awal dari statemen yang dibutuhkan sebagai temuan dalam penelitian”. (Salim, 2006: 23)

Analisis data dilakukan dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikan. Secara lebih detail, peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Data primer penelitian yang diperoleh dengan menggunakan pencarian kembali video yang lengkap durasinya, mengenai debat capres tertanggal 15 Juni 2014 dengan tema pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Data sekunder penelitian ini berupa berita-berita, artikel, atau kasus yang melatar belakangi biografi seseorang.

b. Reduksi Data

adalah proses pemilihan dan pemusatan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian yaitu dengan penyeleksian data-data yang berhubungan erat dengan penelitian agar fokus dan terarah yang disesuaikan dengan topik penelitian.

c. Penyajian Data

Menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi yaitu bagaimana cara memaparkan

peristiwa tersebut yang disesuaikan dengan kerangka teori yang ada serta dikombinasikan berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

d. Kesimpulan

Data yang diproses, kemudian ditarik kesimpulan dengan metode induktif agar diperoleh kesimpulan umum yang objektif. Kesimpulan kemudian diverifikasikan dengan cara melihat kembali pada pengumpulan data, reduksi data, dan *display* atau penyajian data, sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari permasalahan yang akan diungkapkan peneliti dalam penelitian. Dengan kata lain, apa yang diteliti dengan memaparkan pokok permasalahan yang terjadi dan sudah diteliti.