

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari penggunaan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah proses menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lain, yang melibatkan sejumlah orang dalam menyatakan sesuatu (Masdul, 2018). Komunikasi memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan ataupun perasaan seseorang maupun sekelompok orang kepada pihak yang menerima informasi. Oleh karena itu bahasa hadir di tengah masyarakat sebagai sarana komunikasi (Ngalimun, 2017:11). Komunikasi dapat berjalan efektif jika seorang komunikator mengetahui audiens sasaran, sehingga keefisienan pesan dapat dikirimkan kepada khalayak sasaran (Efendy, 2003:18). Komunikasi dapat dibagi atas komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal, komunikasi massa, komunikasi organisasi, dan komunikasi publik (Pohan dan Fitria, 2021).

Komunikasi publik adalah komunikasi strategis untuk menyampaikan ide, gagasan, atau pesan kepada publik, massa, atau khalayak khusus yang dilakukan secara langsung atau melalui sebuah media (Nasution, 2020:4). Youtube menjadi salah satu media *online* yang strategis digunakan dalam penyampaian komunikasi publik. Menurut Junawan, dkk (2020) dengan kemampuan untuk dapat diakses dari mana saja di dunia, Youtube adalah situs web berbentuk video online yang berfungsi sebagai platform untuk mencari, melihat, dan berbagi video. Berdasarkan data *Business of Apps 2022* pengguna aktif Youtube mencapai 2,41 miliar pengguna. Sedangkan di Indonesia

pengguna Youtube sebanyak 139,0 juta pengguna. Sehingga tidak heran Youtube dapat dijadikan platform komunikasi publik.

Komunikasi publik berbeda dengan komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal, maupun komunikasi intrapersonal. Aristoteles sebagai penggagas ilmu komunikasi mengatakan ada tiga elemen dalam komunikasi, yaitu komunikator, pesan, dan penerima. Komunikasi publik berorientasi kepada pembicara, kurang terdapat interaksi antara pembicara dan pendengar, serta bahasa yang digunakan lebih mudah dipahami (Ramadani, 2019). Komunikasi publik penting dilakukan, terutama bagi tokoh-tokoh publik. Karena apa yang disampaikannya melalui kalimat atau pernyataan yang dituturkan memiliki tujuan.

Komunikasi publik juga penting dilakukan sebagai cara untuk meyakinkan orang lain, memotivasi, dan sebagai sumber informasi. Oleh karena itu sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat, tokoh-tokoh publik harus memiliki kecakapan dalam berkomunikasi. Kecakapan berkomunikasi tidak lepas dari penggunaan retorika. Retorika adalah bagian dari ilmu linguistik yang dipakai dalam komunikasi publik dan seni yang digunakan dalam berbicara kepada orang lain secara langsung. Di samping itu kalimat yang digunakan saat berretorika juga mengandung fitur linguistik.

Fitur adalah unsur-unsur unit linguistik seperti kata. Fitur linguistik dalam penelitian ini merupakan kalimat paralel, kalimat kohesi, konjungsi korelatif, kalimat kontras, bahasa figuratif, metafora, kalimat konotasi, dan kalimat denotasi. Fitur digunakan untuk analisis dan deskripsi yang memiliki peran utama dalam linguistik mulai dari teori yang abstrak hingga yang banyak diterapkan. Namun

secara umum tidak ada teori yang khusus mengenai fitur bahasa yang ditemukan dalam bahasa dunia, tidak ada catatan yang disepakati tentang bagaimana fitur beroperasi di berbagai komponen bahasa, sehingga tidak ada kepastian. Namun fitur linguistik digunakan untuk memberikan bukti kandungan yang beragam dalam bahasa-bahasa di dunia untuk mengetahui morfologi atau struktur kata dan sintaksis atau struktur kalimat (Surrey Morphology Group).

Menurut Aristoteles ada tiga hal yang dapat dilakukan oleh seorang komunikator agar dapat meyakinkan khalayak, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Griffin, 2009:290). *Ethos* merujuk kepada kredibilitas seorang pembicara, dari segi pembawaannya ketika sedang berpidato. Kredibilitas juga berhubungan dengan sifat-sifat komunikator (Griffin, 2009:292). Jadi *ethos* lazimnya berkaitan dengan sikap seorang pembicara. Contohnya ketika pemimpin maju ke mimbar untuk berpidato, sikap wibawa yang ditampilkan ketika maju ke mimbar itu juga merupakan salah satu contoh dari *ethos*.

Unsur retorika yang dikemukakan selanjutnya oleh Aristoteles adalah *pathos*. *Pathos* adalah bagaimana usaha pembicara untuk memperbaiki emosi atau menyentuh emosi pendengar (Griffin, 2009:294). Salah satu contoh *pathos* yang terdapat dalam pidato Anies Baswedan adalah pada kutipan kalimat ***“Keberagaman adalah fakta. Keberagaman adalah kenyataan. Dan keberagaman itu adalah bagian dari ratusan ribu tahun usia penduduk di nusantara ini. Tapi persatuan adalah sesuatu yang diikhtiarkan. Dan itu terjadi lewat perjuangan kaum terdidik ini.”*** Data tersebut menunjukkan *pathos* yang terdapat dalam retorika pidato Anies Baswedan tahun 2018 pada saat sambutan pelantikan pengurus KAHMI. Elemen *pathos* ditandai dengan konstruksi yang

dicetak tebal pada data di atas. Terakhir, unsur retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles adalah *logos*. *Logos* adalah fakta, data, dan informasi yang ada di dalam pidato. *Logos* berkaitan dengan ucapan penjelasan yang berkaitan dengan penalaran. Analisis *logos* melibatkan apa yang dikatakan, adanya ambigu atau tidak, bagaimana relevansinya (Griffin, 2009:292). Salah satu contoh *logos* yang terdapat dalam salah satu pidato Anies Baswedan adalah pada kutipan kalimat ***“Jadi ini adalah satu contoh Gereja Immanuel yang sekarang kita syukuri tuntas. Sekarang sedang dalam proses juga Gereja Sion. Gereja Sion itu 1695 dibangun. Lalu masjid Al Mansyur tahun 1717 itu dibangun. Lalu di sini 1839 dibangun. Kita ingin warisan-warisan ini semua dijaga. Dan ini semua kita kerjakan dengan semangat tadi.”*** Data tersebut menunjukkan *logos* yang terdapat dalam pidato Anies Baswedan tahun 2021 pada saat peresmian revitalisasi gereja Immanuel. Elemen *logos* ditandai dengan konstruksi yang dicetak tebal pada data di atas. Unsur-unsur retorika seperti di atas sering digunakan oleh tokoh publik dalam berpidato.

Tokoh publik adalah tokoh yang dikenal oleh orang banyak, menjadi rujukan dalam masyarakat, dihormati dan disegani kata-katanya. Tokoh-tokoh publik tersebut di antaranya presiden, gubernur, bupati/walikota, menteri, ketua umum partai ataupun penceramah. Salah satu tokoh publik di Indonesia yang memiliki kemampuan retorika yang baik adalah Anies Baswedan. Hal ini diakui oleh pengamat politik dari Charta Politika, Yunarto Wijaya, yang mengatakan “Dia menggunakan frasa yang dibungkus dengan sangat elegan ketika dia berbicara. Selain itu, pengalaman pendidikannya memungkinkan dia untuk menulis kalimat yang menginspirasi dan memotivasi.” (Carina, 2016).

Anies Baswedan atau dengan nama lengkap Anies Rasyid Baswedan merupakan Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022. Ia dinobatkan sebagai tokoh publik yang populer dalam pemberitaan dan perbincangan menurut Drone Emprit dan Media Kernels tahun 2022 (CNN Indonesia, 2022). Sebelumnya, ia pernah menjabat sebagai rektor Universitas Paramadina sebagai rektor termuda di Indonesia pada usia 38 tahun. Ia juga pernah menjabat sebagai Menteri Kebudayaan dan Pendidikan Dasar dan Menengah dalam Kabinet Kerja periode 2014-2016. Pada tahun 2022 ia menjadi pembicara dalam forum dunia G20. Atas dasar capaian tersebut, penggunaan retorika dalam pidato Anies Baswedan menarik untuk dikaji.

Retorika Aristoteles juga pernah diteliti sebelumnya, di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Adrias, dkk (2020) dengan judul *Pidato Puan Maharani di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR): Dalam Kajian Retorika*. Penelitian lainnya yang berjudul *Retorika dalam Pidato Surya Paloh*, oleh Novi Fitriani dan Dwi Mutia Chan (2022). Terdapat pula penelitian yang berjudul *Teknik Retorika Rocky Gerung dalam Indonesia Lawyers Club dan CNN Indonesia* oleh Agustin, dkk (2022).

Ketiga penelitian di atas menganalisis retorika pada tokoh publik seperti Puan Maharani, Surya Paloh, dan Susilo Bambang Yudhoyono, dan Rocky Gerung. Penelitian di atas menganalisis retorika yang digunakan oleh tokoh publik, serta melihat bagaimana bahasa yang digunakan. Penelitian tersebut berbeda dengan objek kajian yang akan penulis teliti, yaitu analisis retorika pada pidato Anies Baswedan. Penelitian ini berusaha mengisi *gap* tersebut dengan menawarkan kebaruan dalam aspek objek penelitian dengan analisis secara mendalam. Oleh

karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan **retorika dalam pidato Anies Baswedan di Youtube Tahun 2017-2022.**

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang penulis buat adalah sebagai berikut:

1. Penulis hanya menganalisis tujuh pidato Anies Baswedan dari mulai terpilih menjadi gubernur sampai berakhir masa jabatan tahun 2017-2022.
2. Penulis berfokus pada penggunaan bentuk *pathos* dan *logos* karena kedua elemen tersebut direpresentasikan dalam bentuk bahasa verbal.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk retorika *pathos* yang terdapat dalam pidato Anies Baswedan di Youtube tahun 2017-2022?.
2. Bagaimana bentuk retorika *logos* yang terdapat dalam pidato Anies Baswedan di Youtube tahun 2017-2022?.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan bentuk retorika *pathos* yang terdapat dalam pidato Anies Baswedan di Youtube tahun 2017-2022.
2. Mendeskripsikan bentuk retorika *logos* yang terdapat dalam pidato Anies Baswedan di Youtube tahun 2017-2022.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan bagi khalayak mengenai retorika *pathos* dan *logos* yang digunakan tokoh-tokoh publik dalam melakukan komunikasi publik serta dapat memahami fitur-fitur linguistik dalam *pathos* yang digunakan dalam berkomunikasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan wawasan peneliti sendiri, serta dapat berguna juga bagi peneliti lainnya sebagai bahan kajian linguistik dan fitur yang terdapat di dalamnya. Serta dapat menjadi kajian dalam memahami retorika Aristoteles.