

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) menjadi salah satu agenda rutin setiap lima tahun sekali dan menjadi ciri khas negara demokrasi khususnya di Indonesia. Tahun 2024 tercatat sebagai tahun politik karena di Indonesia ada agenda besar yakni pemilihan umum yang dilangsungkan secara serentak. Selama masa pemilu tersebut partai dan para tokoh mulai melakukan kegiatan kampanye untuk meningkatkan elektabilitas. Kaitannya dengan konteks politik, terutama dalam sistem demokrasi, popularitas partai, tokoh, maupun kader partai politik adalah keniscayaan. Cara mengomunikasikan ideologi, visi, misi, dan program kerja salah satunya adalah dengan melakukan diskusi publik. Salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang melakukan kegiatan diskusi publik adalah pasangan calon nomor urut satu, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (Amin).

Pasangan calon yang mengusung tema perubahan tersebut memiliki cara unik ketika berkampanye yakni dengan melakukan dialog publik dengan judul kegiatan yang cukup provokatif, “Desak Anies” dan “Slepet Imin”. Menjadikan dialog publik sebagai agenda kampanye adalah salah satu cara efektif untuk pasangan calon yang bisa dikatakan tidak populer di kalangan masyarakat. Artinya, tanpa ada komunikasi dari seorang politisi atau tokoh yang ideal tidak akan maksimal dalam perolehan suara. Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam dialog publik “Desak Anies” karena memiliki keragaman data dan cakupan komunikasi yang luas dan mendalam. Kajian berkaitan dengan konteks pragmatik dan penggunaan profil retorika sebagai sarana atau strategi argumentasi dalam menyampaikan ideologi, visi, misi, maupun program kerjanya.

Membahas tentang komunikasi publik, tidak jarang muncul perdebatan yang berujung konflik antara penutur dan mitra tutur, dalam hal ini adalah Anies Baswedan dan para peserta diskusi yang hadir dalam acara “Desak Anies” tersebut. Sebuah percakapan yang terjadi sangat ditentukan oleh konteks pelaku (penutur dan lawan tutur) usia, jenis kelamin, tempat terjadinya percakapan dan sebagainya. Ketika terjadi dialog yang lumayan panas, maka perlu strategi khusus untuk mempertahankan argumentasinya. Dalam percakapan inilah ilmu pragmatik diterapkan. Pengertian pragmatik menurut Levinson (1987: 5) (dalam Yuniarti, 2014) adalah kajian mengenai penggunaan bahasa atau kajian

bahasa dan perspektif fungsional. Kajian ini mencoba menjelaskan aspek-aspek struktur bahasa dengan mengacu ke pengaruh-pengaruh dan sebab-sebab nonbahasa dalam hal ini disebut dengan efek pragmatik.

Nababan (dalam Sarwiji dkk., 1996: 1) mengartikan pragmatik sebagai penggunaan bahasa untuk mengomunikasikan (berkomunikasi) sesuai dan sehubungan dengan konteks dan situasi pemakainya. Paul Grace dalam teorinya mengelompokkan efek pragmatik menjadi 8 bagian yakni implikatur, efek tindakan komunikasi (*illocutionary act*), perubahan perilaku, pemahaman sosial, pemahaman emosional, efek pengaruh dan persuasi, perubahan sikap, dan kepatuhan. Selain adanya peran yang sangat signifikan dari pentingnya pemberian konteks dalam berkomunikasi, yang tidak kalah penting adalah penggunaan profil-profil retorika. Profil retorika juga dapat menentukan sukses atau tidaknya komunikasi tersebut terjalin. Mempertahankan argumen merupakan salah satu cara penutur dalam hal ini adalah calon presiden nomor urut satu tersebut untuk terlihat berkompoten, memiliki kredibilitas, serta memiliki komitmen yang kuat terhadap ideologi, visi, misi, dan program kerjanya.

Menurut Keraf (2004) retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik atau biasa disebut dengan istilah *style*. Selain itu, Keraf (2004) juga mengemukakan bahwa kata *style* diturunkan dari kata *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Oleh sebab itulah gaya komunikasi masing-masing orang berbeda-beda. Menurut Liliweri (2001) gaya komunikasi adalah membimbing, mengarahkan, dan mengubah gaya dalam perilaku. Gaya komunikasi yang sederhana menurut Keraf (2004) cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Kemudian Brouland (2006) dalam penelitian mengklasifikasikan profil retorika menjadi tiga bagian yakni profil kata (permainan arti, metafora, metonimi, sinekdoke, antanaklas, oksimoron, hiponimi, dan penggunaan merek sebagai atribut), profil konstruksi (pembalikan, anakoluth, elips, anafora, hypallage), profil pemikiran (antitesis, kiasmus, meremehkan, hiperbola, prepetisi, keenganan, paradoks, dilemma, tautologi, penyalahgunaan peribahasa).

Pengaruh pragmatik dan penggunaan profil-profil retorika dalam dialog publik “Desak Anies” tersebut menjadi strategi yang efektif dalam mengemukakan argumentasi.

Argumentasi menjadi salah satu bentuk retorik yang berusaha untuk mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain, agar mereka percaya dan bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pembicara (Keraf, 2009). Guna memperkuat argumentasi, dapat digunakan data-data statistik, fakta, atau pengalaman-pengalaman konkret aktual (Hendrikus, 1991). Dari penjelasan yang telah dikemukakan oleh Keraf dan Hendrikus tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin banyak disodorkan data dan bukti-bukti maka akan semakin kuat argumentasi itu. Proses pembuktian dengan pengungkapan data dan fakta melalui retorika dengan tetap memperhatikan konteks disebut dengan strategi argumentasi. Strategi argumentasi secara ilmiah digunakan untuk memeriksa, kemudian menerima atau menolak hubungan antara bukti dan ide teoritis yang dipandang oleh banyak orang sebagai aspek penting dalam pendidikan (Hasnunidah, dkk., 2015).

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aryadilah dan Fifit Fitriansyah dengan judul Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi beberapa strategi kampanye politik yang diterapkan Anies Baswedan dalam upayanya menjadi presiden pada tahun 2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang melibatkan analisis data menggunakan sumber media dan ringkasan yang relevan. Temuan penelitian tersebut berdasarkan data Populi Center yang menyoroti Anies. Pada posisi pertama terjadi peningkatan sebesar 29,0% berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan kepada masyarakat umum secara acak. Sehubungan dengan itu, terlihat dari grafik di atas bahwa Anies Baswedan mendapat dukungan publik paling kuat dalam mengembangkan karir politiknya menjelang pemilu 2024.

Selain itu, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian dengan judul Bentuk dan Makna Retorika dalam *caption* Instagram Sephora Prancis yang dilakukan oleh Nabilla Hanum Pertiwi pada tahun 2021. Penelitian tersebut mengkaji profil bentuk dan profile makna yang digunakan oleh Sephora pada penulisan *caption* Instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi tersebut menggunakan teori klasifikasi profil-profil retorika oleh Brouland. Terdapat 48 data dianalisis yang diambil dari *caption* Instagram @sephorafrance periode Juni–Agustus 2020. Hasil penelitian menemukan adanya empat jenis profil bentuk yang digunakan, meliputi inversi, elipsis, anafora, dan hypallage, serta ditemukan lima jenis profil makna, meliputi komparasi, metafora, oksimoron, penggunaan

merek sebagai atribut, serta satu profil makna berupa idiom yang tidak termasuk dalam klasifikasi menurut Brouland.

Selanjutnya, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Marwah Mukarromah pada tahun 2019 dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Politik Partai Islam (Studi Kasus Partai Persatuan Pembangunan pada Pemilu Legislatif di Kota Serang). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik, mengetahui komparasi perolehan suara, dan mengetahui hambatan dan progress perolehan suara PPP pada Pileg 2014 di Kota Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan format desain deskriptif untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1) Strategi komunikasi politik yang digunakan PPP Kota Serang dalam mempengaruhi konstituen pada Pemilu legislatif 2014, adalah; Pertama, untuk kalangan pemuda dan Kedua, untuk kalangan orang tua, 2) perolehan suara PPP dibandingkan partai Islam dan Partai Nasionalis perolehan suara PPP tidak sebanyak kompetitornya, 3) PPP memiliki beberapa hambatan dan progres perolehan suara pada Pileg 2014.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada kompleksitas kajian yang berkaitan dengan efek pragmatik, profil retorika, dan strategi argumentasi. Penelitian ini penting dilakukan karena untuk mengetahui pengaruh dan dampak efek pragmatik terhadap penggunaan profil retorika dalam strategi argumentasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk membedah jenis efek pragmatis apa saja yang digunakan, bagaimana bentuk profil-profil retorika yang muncul, dan bagaimana strategi argumentasi yang digunakan dalam acara *youtube* dialog publik Desak Anies. Perbedaan lain yakni terletak pada objek kajian, penelitian ini menggunakan video *youtube* acara Desak Anies yang kemudian ditranskripsikan menjadi kalimat dalam bentuk dialog. Tidak hanya perbedaan, persamaan penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian terdahulu adalah pada beberapa aspek tentang teknik pengumpulan data, pendekatan yang dilakukan dan pada jenis penelitian.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini terfokus pada pembahasan yang berkaitan dengan bentuk argumentasi, strategi argumentasi, profil retorika yang muncul dalam argumentasi Anies Baswedan pada acara Youtube Desak Anies yang diunggah dalam *channel* Youtube Anies Baswedan. Pemaparan terkait pembatasan masalah tercantum dalam rumusan masalah.

1.3 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan dalam latar belakang, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini.

- 1) Bagaimana bentuk argumentasi Anies Baswedan pada Youtube Desak Anies?
- 2) Bagaimana strategi argumentasi Anies Baswedan pada Youtube Desak Anies?
- 3) Bagaimana profil retorika yang muncul dalam argumentasi Anies Baswedan pada Youtube Desak Anies?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Menjelaskan bentuk argumentasi Anies Baswedan pada Youtube Desak Anies.
- 2) Menjelaskan strategi argumentasi Anies Baswedan pada Youtube Desak Anies.
- 3) Menjelaskan profil retorika yang muncul dalam argumentasi Anies Baswedan pada Youtube Desak Anies.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari pemaparan rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini memberikan pengetahuan tentang penggunaan bentuk argumentasi dan profil retorika dalam strategi berargumentasi.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru pada bidang bahasa khususnya pragmatik dan argumentasi.

- 3) Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian bahasa khususnya tentang pragmatik, profil retorika dan argumentasi sebagai salah satu sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi pejabat pemerintahan diharapkan menambah wawasan dalam memahami pola strategi komunikasi khususnya dalam berargumentasi.
- 2) Bagi pengajar khususnya pengajar bahasa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan referensi materi ajar untuk diterapkan dalam dunia pendidikan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan referensi dan menjadikan faktor pendorong agar penelitian bahasa menjadi lebih baik.

1.6 Defiinsi Operasional

Definisi operasional merupakan cara pendefinisian istilah yang digunakan untuk mempermudah memahami istilah dalam penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Bentuk argumen menurut Toulmin adalah representasi struktur argumen yang mencakup komponen-komponen utama seperti klaim, data, dan jaminan (warrant), yang menunjukkan bagaimana suatu pernyataan didukung oleh bukti dan logika.
- 2) *Claim* adalah pernyataan utama atau kesimpulan yang ingin dibuktikan.
- 3) *Evidence* (Data) adalah informasi, fakta, atau bukti yang mendukung klaim.
- 4) *Warrant* (Pembenaran) adalah penalaran atau prinsip yang menghubungkan bukti dengan klaim.
- 5) *Backing* (Dukungan) adalah dukungan tambahan untuk memperkuat jaminan, seperti data atau penelitian tambahan.
- 6) *Qualifier* (Kualifikasi) adalah indikasi tingkat kepastian atau batasan klaim.
- 7) *Rebutal* (Penolakan) adalah pengakuan terhadap potensi penolakan atau argumen tandingan terhadap klaim.
- 8) Retorika adalah seni berbicara atau menulis dengan tujuan untuk meyakinkan, memengaruhi, atau memotivasi audiens. Dalam konteks kampanye, retorika berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan, membangun hubungan emosional, dan memobilisasi dukungan.

- 9) Profil retorika menurut Brouland yakni mengacu pada pemahaman retorika sebagai suatu seni berbicara atau menulis yang bertujuan untuk meyakinkan, memengaruhi, atau menggerakkan audiens. Brouland menekankan pentingnya retorika sebagai kemampuan komunikasi yang mencakup tiga aspek utama, yaitu ethos, pathos, dan logos.
- 10) Ethos (Kredibilitas) adalah profil retorika yang mencakup bagaimana seorang pembicara atau penulis membangun kepercayaan audiens terhadap dirinya. Ini berkaitan dengan kepribadian, otoritas, atau reputasi yang ditampilkan.
- 11) Pathos (Emosi) adalah Retorika menurut Brouland juga harus mampu menyentuh emosi audiens. Dengan memahami kebutuhan dan perasaan audiens, retor bisa memengaruhi cara mereka merespons pesan yang disampaikan.
- 12) Logos (Pemikiran) adalah Argumen yang disampaikan harus masuk akal dan didukung oleh bukti-bukti yang kuat. Aspek ini berhubungan dengan struktur logis dari pesan atau narasi.
- 13) Argumentasi retorika adalah penggunaan alasan, bukti, dan logika yang terstruktur untuk meyakinkan atau memengaruhi audiens.
- 14) Strategi argumentasi adalah teknik atau pendekatan yang digunakan untuk menyampaikan pendapat atau argumen dengan tujuan meyakinkan, memengaruhi, atau mengubah pandangan audiens.
- 15) *Youtube* merupakan sebuah *platform* media sosial yang menyediakan video berupa tontonan maupun tuntunan.
- 16) Desak Anies merupakan acara kampanye yang dikemas menjadi acara dialog publik dan disiarkan di *platform* media sosial *Youtube*.
- 17) Kajian Pragmatik adalah kajian tentang hubungan antara bahasa dengan konteks yang mendasari penjelasan pengertian dalam memahami bahasa.
- 18) Efek pragmatik adalah daya yang dihasilkan dalam pemahaman konteks ketika bahasa ditulis atau diucapkan.