

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Dalam kajian ilmu komunikasi Harold D. Lasswell merumuskan komunikasi sebagai suatu proses yang dapat dipahami melalui lima unsur utama, yaitu siapa (*who*), mengatakan apa (*says what*), melalui saluran apa (*in which channel*), kepada siapa (*to whom*), dan dengan dampak apa (*with what effect*). Model ini menekankan bahwa komunikasi bukan sekadar penyampaian pesan melainkan rangkaian tindakan yang melibatkan pengirim, pesan, media, penerima, serta efek yang dihasilkan (Hariyanto, 2021).

##### **2.1.2 Pengertian Komunikasi Politik**

Komunikasi politik merupakan salah satu elemen penting dalam sistem demokrasi modern yang berfungsi sebagai penghubung antara aktor politik, media, dan masyarakat. Menurut (Sujoko & Widodo, 2023), komunikasi politik adalah proses penyampaian, pertukaran, dan interpretasi pesan politik yang bertujuan membentuk pemahaman bersama mengenai kekuasaan, kebijakan, dan arah negara. Dalam konteks ini, komunikasi politik tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk citra dan legitimasi politik di hadapan publik. McNair (2017) menambahkan bahwa komunikasi politik adalah arena simbolik di mana kekuasaan direpresentasikan dan dinegosiasikan melalui wacana publik dan media. Oleh karena itu praktik komunikasi politik selalu melibatkan aspek persuasi, citra, dan ideologi yang berkelindan dalam struktur sosial masyarakat. Dalam penelitian ini konsep tersebut digunakan untuk menafsirkan bagaimana pidato Prabowo Subianto berperan sebagai sarana retorik dalam mengonstruksi legitimasi politik pasca pemilu.

Sujoko & Widodo (2023) mengatakan bahwa komunikasi politik memiliki tiga komponen utama yakni aktor politik sebagai pengirim pesan, media sebagai saluran representasi, dan publik sebagai penerima sekaligus penafsir pesan. Ketiga komponen tersebut berinteraksi membentuk siklus komunikasi politik yang

dinamis, di mana pesan yang disampaikan tidak hanya berisi informasi, tetapi juga muatan simbolik yang mencerminkan nilai, moralitas, dan ideologi tertentu. Komunikasi politik juga berperan membangun konsensus dan menjaga stabilitas demokrasi melalui pengelolaan opini publik. Dengan kata lain bahasa politik yang digunakan oleh pemimpin memiliki kekuatan untuk mengarahkan emosi dan persepsi kolektif masyarakat. Oleh karena itu penelitian terhadap pidato politik perlu dilakukan secara mendalam untuk memahami bagaimana pesan-pesan simbolik diartikulasikan dalam konteks sosial dan historis yang berbeda.

Dalam praktik komunikasi politik juga berkaitan erat dengan fenomena pencitraan dan pembingkaiian (*framing*) pesan politik yang dilakukan oleh media dan aktor publik. Arrianie (2023) menegaskan bahwa retorika pemerintah dalam komunikasi politik menjadi alat strategis untuk menjaga persepsi publik terhadap stabilitas pemerintahan dan kinerja politik. Sementara itu, Purwaningsih & Rahmawati (2024) mengungkapkan bahwa penurunan kualitas demokrasi di Indonesia salah satunya disebabkan oleh komunikasi politik yang terlalu menekankan pada pencitraan, bukan substansi kebijakan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi politik dapat berfungsi ganda, di satu sisi memperkuat kepercayaan publik, namun di sisi lain berpotensi menciptakan jarak antara elite dan rakyat apabila digunakan secara manipulatif. Oleh sebab itu pemahaman terhadap komunikasi politik harus bersifat kritis dan kontekstual agar tidak hanya memaknai pesan secara literal, tetapi juga menafsirkan makna ideologis di balik setiap pernyataan politik.

Selain itu fungsi utama komunikasi politik meliputi penyampaian pesan dari elite kepada masyarakat, pembentukan opini dan citra politik, serta pemeliharaan stabilitas sosial-politik. Menurut Syukri *et al.* (2025), komunikasi politik yang berbasis pada transparansi dan partisipasi publik mampu memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintahan, terutama pasca pemilu. Dalam konteks Indonesia, komunikasi politik juga berfungsi menjaga kohesi sosial di tengah keragaman ideologi dan kepentingan politik yang kompleks. Di era digital fungsi ini diperluas dengan kehadiran media sosial yang memungkinkan dialog langsung antara pemimpin dan masyarakat tanpa batas ruang dan waktu. Dengan demikian, komunikasi politik tidak hanya menjadi alat kekuasaan, tetapi juga bagian alat

demokrasi deliberatif yang memperkuat hubungan timbal balik antara pemerintah dan rakyat.

### 2.1.3 Pengertian Pidato

Pidato dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi lisan yang disampaikan secara terencana di hadapan publik dengan tujuan menyampaikan gagasan, memengaruhi sikap, atau membangun pemahaman tertentu pada audiens. Dalam konteks komunikasi politik, pidato tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga berperan sebagai instrumen strategis dalam membentuk opini publik dan citra politik komunikator (Juditha *et al.*, 2018).

Dalam kajian komunikasi politik, pidato dipandang sebagai praktik komunikasi yang idealnya didukung oleh argumentasi yang rasional, penggunaan data yang dapat dipertanggungjawabkan, serta alur penyampaian yang jelas dan sistematis agar mampu menumbuhkan kepercayaan publik. Hal ini menunjukkan bahwa pidato tidak dapat dipahami semata-mata sebagai rangkaian ujaran persuasif, melainkan sebagai bentuk komunikasi yang menuntut konsistensi logis dan tanggung jawab intelektual atas isi pesan yang disampaikan kepada khalayak (Juditha *et al.*, 2018).

Jenis-jenis pidato dapat diklasifikasikan tidak hanya berdasarkan tujuan, tetapi juga berdasarkan metode penyampaiannya. Berdasarkan tujuannya, pidato umumnya dibedakan menjadi pidato informatif yang berorientasi pada penyampaian pengetahuan, pidato persuasif yang bertujuan memengaruhi sikap dan pandangan audiens, pidato rekreatif yang bersifat menghibur, serta pidato seremonial yang disampaikan dalam acara resmi dengan penekanan pada nilai simbolik dan kebersamaan (Sulistyarini *et al.*, 2020). Sementara berdasarkan metode penyampaian, pidato dapat dibagi menjadi pidato manuskrip yang dibacakan dari naskah tertulis, pidato memoriter yang disampaikan dengan menghafal materi, pidato ekstemporer yang disampaikan berdasarkan kerangka pokok tanpa naskah lengkap, serta pidato impromptu yang dilakukan secara spontan tanpa persiapan matang (Sulistyarini *et al.*, 2020). Pembagian ini menunjukkan bahwa efektivitas pidato sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara tujuan, metode penyampaian, dan karakteristik audiens. Dengan demikian, pidato merupakan

praktik komunikasi yang menuntut penguasaan isi, struktur, serta teknik penyampaian agar pesan dapat diterima secara optimal oleh khalayak (Sulistyarini *et al.*, 2020).

#### **2.1.4 Pengertian Pidato Politik**

Pidato politik dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi politik yang bersifat strategis dan simbolik, di mana aktor politik menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan, serta kepentingan publik kepada khalayak dengan tujuan memengaruhi sikap, opini, dan partisipasi politik. Dalam konteks ini, pidato politik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan makna, legitimasi, dan citra politik melalui penggunaan bahasa, simbol, dan retorika yang terencana. Oleh karena itu, pidato politik selalu mengandung dimensi persuasi dan ideologis, karena pesan yang disampaikan diarahkan untuk memperoleh dukungan, membangun konsensus, atau merespons dinamika kekuasaan dalam sistem politik (Hutapea, 2020).

#### **2.1.5 Pidato Politik Sebagai Pesan Komunikasi Politik**

Pidato politik dapat dipahami sebagai salah satu bentuk pesan utama dalam praktik komunikasi politik karena di dalamnya terkandung ide, nilai, serta kepentingan politik yang disampaikan oleh aktor politik kepada khalayak. Dalam perspektif komunikasi politik, pidato tidak sekadar aktivitas berbicara di ruang publik, melainkan proses penyampaian pesan simbolik yang berkaitan dengan kekuasaan, legitimasi, dan kebijakan publik. Hutapea menegaskan bahwa komunikasi politik selalu melibatkan pesan-pesan politik yang dirancang untuk memengaruhi, membangun makna, serta menciptakan kesepahaman antara pihak yang memerintah dan yang diperintah dalam sistem politik (Hutapea, 2020). Oleh karena itu pidato politik menjadi medium strategis bagi aktor politik untuk mengartikulasikan visi, sikap, dan orientasi kekuasaannya kepada masyarakat.

Pidato politik sebagai pesan komunikasi politik tidak dapat dilepaskan dari tujuan persuasif dan pembentukan opini publik. Pesan yang disampaikan dalam pidato politik umumnya disusun secara sistematis dengan memanfaatkan bahasa, simbol, dan retorika untuk memperoleh dukungan politik dari khalayak. Hutapea

menjelaskan bahwa pesan politik berfungsi membangun citra politik, mendorong partisipasi, serta memengaruhi sikap dan perilaku politik masyarakat dalam konteks demokrasi (Hutapea, 2020). Dengan demikian, pidato politik bukan hanya sarana penyampaian informasi, tetapi juga instrumen komunikasi yang berperan penting dalam proses legitimasi kekuasaan dan dinamika komunikasi antara aktor politik dan publik.

### 2.1.6 Pengertian Retorika

Secara historis Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai kemampuan menemukan cara paling efektif untuk meyakinkan khalayak melalui argumen yang logis, emosional, dan etis. Ia mengidentifikasi tiga elemen utama yaitu *ethos* (kredibilitas pembicara), *pathos* (emosi audiens), dan *logos* (logika argumen), yang menjadi dasar seni berbicara persuasif dalam konteks publik (Sulistyarini *et al.*, 2020). Namun dalam pandangan terbaru, Hallsby (2022) menegaskan bahwa retorika bukan semata teknik persuasi, melainkan praktik sosial yang membentuk makna dan identitas melalui interaksi simbolik dalam ruang publik. Hallsby (2022) memandang retorika sebagai “*a technology of power*”, yaitu seperangkat praktik bahasa yang mengorganisasi ulang relasi sosial dan politik melalui representasi wacana (Hallsby, 2022). Dengan demikian retorika politik berfungsi tidak hanya untuk memengaruhi pendapat, tetapi juga untuk menciptakan realitas sosial dan legitimasi kekuasaan melalui konstruksi simbolik. Dalam konteks demokrasi Indonesia retorika politik menjadi alat yang menentukan bagaimana tokoh publik membangun citra, kepercayaan, dan konsensus dalam dinamika politik nasional.

Dalam praktik komunikasi politik modern, Setyonegoro *et al.* (2025) menemukan bahwa pilihan retorika para kandidat dalam debat Pilpres 2024 berperan sebagai instrumen kekuasaan simbolik yang membentuk persepsi publik dan partisipasi warga dalam demokrasi. Sementara itu penelitian Nasihah & Ni'mah (2024) melalui pendekatan *Positive Discourse Analysis* menunjukkan bahwa retorika positif dalam debat politik mampu menciptakan citra kepemimpinan yang inklusif dan menumbuhkan kepercayaan publik terhadap figur kandidat. Temuan ini memperkuat pandangan Hallsby (2022) bahwa bahasa dan simbol politik berfungsi membangun legitimasi melalui konstruksi wacana, bukan sekadar penyampaian pesan verbal. Retorika dalam konteks politik Indonesia pasca pemilu

juga mencerminkan transformasi makna di mana figur seperti Prabowo Subianto menggunakan pidato politik untuk menggeser persepsi publik dari polarisasi menuju rekonsiliasi. Dengan demikian, analisis retorika politik modern harus melihat bahasa sebagai kekuatan sosial yang mengatur relasi antara kekuasaan, emosi publik, dan identitas nasional.

Perbedaan utama antara retorika klasik dan modern terletak pada konteks dan tujuannya. Retorika klasik berfokus pada teknik persuasi individual yang menonjolkan kemampuan orator memengaruhi khalayak secara langsung, sedangkan retorika modern memandang komunikasi sebagai arena produksi makna sosial dan ideologis. Menurut Putri & Setiansah (2024), dalam era digital retorika politik berkembang menjadi diskursus publik yang membentuk identitas dan orientasi politik masyarakat melalui simbol, narasi, dan media sosial. Dengan kata lain retorika politik kini tidak lagi hanya bergantung pada kemampuan berbicara tetapi juga pada bagaimana pesan diartikulasikan dan diterima dalam ruang komunikasi yang *mediatized*. Pendekatan ini menjadikan retorika sebagai kunci untuk memahami bagaimana wacana politik membangun imajinasi publik tentang kepemimpinan dan kekuasaan di tengah lanskap demokrasi digital yang semakin kompleks.

### **2.1.7 Jenis-Jenis Retorika**

Retorika sebagai praktik komunikasi memiliki beberapa jenis yang dibedakan berdasarkan pola interaksi dalam penyampaian pesan. Menurut Sulistyarini, salah satu bentuk utama retorika adalah retorika monologika, yaitu komunikasi satu arah yang dilakukan oleh seorang pembicara kepada audiens tanpa adanya umpan balik secara langsung. Bentuk ini lazim ditemukan dalam pidato, ceramah, dan kuliah, di mana pembicara menjadi pusat penyampaian pesan. Keberhasilan retorika monologika sangat bergantung pada kemampuan penyusunan pesan yang sistematis, penggunaan bahasa yang efektif, serta teknik penyampaian yang persuasif sehingga mampu menarik perhatian audiens (Sulistyarini *et al.*, 2020).

Selain monologika, terdapat pula retorika dialogika yang menekankan komunikasi dua arah atau lebih. Dalam retorika ini, terjadi interaksi aktif antara

pembicara dan audiens atau antarpartisipan melalui diskusi, debat, maupun tanya jawab. Retorika dialogika menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk membangun pertukaran gagasan secara dinamis. Oleh karena itu, keberhasilan retorika jenis ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berbicara, tetapi juga oleh kemampuan mendengarkan, memahami, serta merespons argumen secara logis dan kritis (Sulistyarini *et al.*, 2020).

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Retorika Aristoteles

Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai kemampuan menemukan cara paling tepat untuk meyakinkan audiens dalam berbagai situasi komunikasi (Sulistyarini *et al.*, 2020). Aristoteles menekankan bahwa retorika bukan sekadar seni berbicara, tetapi suatu metode sistematis untuk memahami bagaimana bahasa bekerja dalam proses pembentukan penilaian publik. Aristoteles menjelaskan bahwa kekuatan retorika terletak pada tiga bukti artistik utama *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang masing-masing berfungsi membangun kredibilitas pembicara, menggugah emosi pendengar, dan menyusun argumentasi rasional yang dapat diterima publik (Sulistyarini *et al.*, 2020). Dengan demikian, teori retorika Aristoteles menyediakan kerangka komprehensif untuk memahami bagaimana bahasa, karakter, dan logika bekerja secara simultan dalam memengaruhi persepsi publik. Pendekatan ini menempatkan retorika sebagai keterampilan intelektual yang berperan membentuk realitas sosial melalui proses meyakinkan dan menata ulang pandangan audiens terhadap isu publik.

Dalam konteks politik Indonesia, teori Aristoteles sangat relevan untuk menganalisis pidato Prabowo Subianto yang sarat dengan simbol kepemimpinan, emosi nasionalisme, dan alur argumentasi yang diarahkan pada persatuan bangsa. Pidato politik bekerja bukan hanya sebagai penyampaian informasi, tetapi sebagai tindakan retorik yang membangun citra moral (*ethos*) melalui representasi diri sebagai pemimpin yang tegas namun inklusif. Melalui pilihan diksi dan gaya bahasa tertentu, pidato tersebut juga menggugah (*pathos*) berupa rasa bangga, empati, atau solidaritas kolektif dalam masyarakat yang sedang menghadapi ketegangan politik

pasca pemilu. Sementara itu, (*logos*) hadir melalui penyusunan argumen mengenai arah pembangunan, visi nasional, dan rasionalisasi sikap politik yang ditawarkan. Selain itu, teori ini membantu memahami bagaimana retorika dapat meredakan polarisasi politik melalui pembingkai pesan yang menekankan kesatuan nasional dan tujuan bersama. Dengan demikian, retorika Aristoteles bukan hanya strategi komunikasi, tetapi juga mekanisme sosial yang memproduksi makna politik dalam ranah publik.

### 2.2.2 *Ethos* Dalam Retorika

*Ethos* merupakan salah satu pilar utama dalam retorika Aristoteles yang berkaitan dengan kredibilitas dan karakter pembicara. Dalam konteks komunikasi persuasif, *ethos* merujuk pada bagaimana seorang orator dipersepsikan oleh audiens sebagai sosok yang layak dipercaya, memiliki integritas, serta kompetensi dalam menyampaikan pesan. Kepercayaan audiens tidak muncul secara spontan, melainkan dibangun melalui cara berbicara, sikap, serta isi pesan yang mencerminkan kualitas pribadi pembicara. Oleh karena itu, *ethos* menjadi fondasi penting dalam keberhasilan persuasi, karena tanpa kepercayaan, pesan yang disampaikan cenderung sulit diterima (Maarif, 2015).

Dalam perspektif Aristoteles, *ethos* tidak hanya melekat pada reputasi yang telah dimiliki sebelumnya, tetapi juga dapat dibentuk selama proses komunikasi berlangsung. Artinya, seorang pembicara dapat membangun kredibilitasnya melalui cara menyusun argumen, pilihan bahasa, serta sikap yang ditampilkan di hadapan audiens. *Ethos* bekerja dengan menunjukkan bahwa pembicara memiliki pengetahuan yang memadai, karakter moral yang baik, serta niat yang tulus terhadap audiens. Dengan demikian, *ethos* tidak hanya berkaitan dengan siapa pembicara itu, tetapi juga bagaimana ia menampilkan dirinya dalam situasi retorika (Maarif, 2015).

*Ethos* juga memiliki peran strategis dalam menjembatani hubungan antara pembicara dan audiens. Ketika audiens memandang pembicara sebagai sosok yang dapat dipercaya, maka mereka akan lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan. Sebaliknya, jika kredibilitas pembicara diragukan, maka meskipun argumen yang disampaikan logis, pesan tersebut tetap berpotensi ditolak. Oleh

karena itu, *ethos* menjadi aspek yang tidak terpisahkan dari *pathos* dan *logos* dalam membangun komunikasi yang persuasif dan efektif .

### 2.2.3 Unsur-unsur *Ethos*

Aristoteles membagi *ethos* ke dalam tiga unsur utama, yaitu *phronesis*, *arete*, dan *eunoia*. Ketiga unsur ini saling melengkapi dalam membentuk kredibilitas pembicara, baik dari segi intelektual, moral, maupun hubungan dengan audiens (Maarif, 2015).

#### A. *Phronesis*

*Phronesis* merujuk pada kebijaksanaan praktis yang dimiliki oleh pembicara dalam memahami dan menyampaikan suatu persoalan. Unsur ini berkaitan dengan kemampuan intelektual dan pengalaman yang memungkinkan seorang orator memberikan penilaian yang tepat terhadap situasi yang dihadapi. *Phronesis* tercermin dari bagaimana pembicara menyusun argumen secara rasional, memberikan solusi yang relevan, serta menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap topik yang dibahas (Maarif, 2015).

Seorang pembicara yang memiliki *phronesis* akan terlihat kompeten di mata audiens, karena ia mampu menjelaskan persoalan secara jelas dan masuk akal. Kemampuan ini juga mencakup kepekaan terhadap konteks, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya benar secara logis, tetapi juga sesuai dengan situasi yang sedang berlangsung. Dengan demikian, *phronesis* berperan dalam membangun kepercayaan audiens melalui kapasitas intelektual pembicara (Maarif, 2015).

#### B. *Arete*

*Arete* merujuk pada konsep keutamaan atau kesempurnaan diri yang dalam pemikiran Aristoteles tidak hanya bersifat moral, tetapi juga fungsional. Secara umum, *arete* dapat dipahami sebagai kondisi terbaik dari sesuatu sesuai dengan fungsinya. Dalam konteks manusia, *arete* berkaitan dengan kualitas diri yang memungkinkan seseorang menjalani kehidupan secara baik dan mencapai kebahagiaan (*eudaimonia*). Aristoteles menekankan bahwa *arete* tercermin dalam sikap moderat, yaitu posisi tengah di antara dua ekstrem. Misalnya, keberanian berada di antara sikap pengecut dan gegabah, sedangkan sikap hemat berada di

antara boros dan kikir. Moderasi ini tidak muncul secara otomatis, melainkan melalui perpaduan antara kebijaksanaan teoretis (*sophia*) dan kebijaksanaan praktis (*phronesis*). Kebijaksanaan teoretis membantu individu memahami nilai-nilai kebaikan, sementara kebijaksanaan praktis memungkinkan individu mengambil keputusan yang tepat dalam situasi konkret (Maarif, 2015).

*Arete* memiliki dua dimensi utama, yaitu *arete* intelektual dan *arete* karakter. *Arete* intelektual diperoleh melalui proses pendidikan, sedangkan *arete* karakter dibentuk melalui kebiasaan yang dilakukan secara konsisten (Maarif, 2015). Dengan demikian, pembentukan *arete* menuntut proses panjang yang melibatkan pembelajaran sekaligus pembiasaan. Ketika sikap moderat telah menjadi bagian dari identitas diri, individu dapat dikatakan telah mencapai *arete*.

Dalam konteks retorika, *arete* menjadi salah satu unsur penting dalam membangun *ethos* pembicara. Seorang orator yang mampu menunjukkan keseimbangan sikap, tidak ekstrem, serta konsisten dalam nilai dan tindakan akan lebih mudah dipercaya oleh audiens (Maarif, 2015). Oleh karena itu, keberadaan *arete*, bersama dengan *phronesis* dan *eunoia*, menjadi penentu utama terbentuknya kredibilitas komunikator yang kuat dan efektif dalam proses persuasi.

### **C. *Eunoia***

*Eunoia* merujuk pada sikap niat baik atau kepedulian pembicara terhadap audiens. Unsur ini menekankan bahwa seorang orator tidak hanya berusaha meyakinkan, tetapi juga menunjukkan bahwa ia memiliki perhatian dan kepentingan terhadap kesejahteraan audiens. *Eunoia* tercermin dari cara pembicara membangun kedekatan, menunjukkan empati, serta menyampaikan pesan dengan tujuan yang tidak merugikan pendengar (Maarif, 2015).

Ketika audiens merasakan adanya niat baik dari pembicara, maka hubungan komunikasi menjadi lebih hangat dan terbuka. Hal ini membuat audiens lebih mudah menerima pesan, karena mereka tidak merasa dimanipulasi atau diperlakukan sebagai objek semata. Sebaliknya, jika pembicara dianggap memiliki kepentingan tersembunyi yang merugikan audiens, maka kepercayaan akan

menurun. Oleh karena itu, *eunoia* berfungsi sebagai jembatan emosional yang memperkuat hubungan antara pembicara dan audiens (Maarif, 2015).

Secara keseluruhan, *phronesis*, *arete*, dan *eunoia* merupakan tiga unsur utama dalam *ethos* yang saling melengkapi. *Phronesis* menekankan aspek kecerdasan dan kebijaksanaan, *arete* menekankan aspek moralitas, dan *eunoia* menekankan aspek hubungan dengan audiens. Ketiganya membentuk kredibilitas yang utuh, sehingga pembicara dapat tampil sebagai sosok yang tidak hanya meyakinkan secara rasional, tetapi juga dipercaya secara moral dan diterima secara emosional oleh audiens.

#### **2.2.4 Pathos Dalam Retorika**

*Pathos* merupakan salah satu unsur utama dalam retorika Aristoteles yang berkaitan dengan dimensi emosional audiens. Istilah *pathos* memiliki beragam makna, mulai dari pengalaman, kondisi, hingga perubahan, namun dalam konteks retorika ia lebih dipahami sebagai emosi atau perasaan jiwa manusia. Karena retorika berhubungan langsung dengan manusia sebagai subjek komunikasi, maka *pathos* berperan sebagai sarana untuk memengaruhi keadaan batin pendengar agar selaras dengan tujuan pembicara. Dengan demikian, keberhasilan persuasi tidak hanya ditentukan oleh kekuatan logika atau kredibilitas pembicara, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengelola emosi audiens (Maarif, 2015).

Dalam retorika Aristoteles menempatkan *pathos* sebagai upaya untuk memengaruhi keputusan melalui perubahan emosi. Emosi dipahami sebagai segala bentuk perasaan yang dapat mengubah penilaian seseorang, baik yang bersifat menyenangkan maupun menyakitkan (Maarif, 2015). Oleh karena itu, seorang komunikator harus mampu mengenali kondisi emosional audiens, memahami faktor yang membangkitkan atau meredam emosi tersebut, serta merencanakan situasi agar emosi yang muncul mendukung pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, *pathos* tidak sekadar bersifat spontan, tetapi dapat dikonstruksi secara strategis melalui pilihan kata, gaya bahasa, maupun penyajian situasi dalam pidato.

*Pathos* dapat dipahami sebagai bentuk psikologi komunikasi dalam retorika, karena menitikberatkan pada bagaimana kondisi kejiwaan audiens bekerja dalam menerima pesan. Seorang orator yang efektif tidak hanya berbicara, tetapi juga

mengelola suasana emosional pendengar, misalnya dengan membangkitkan semangat, menenangkan kemarahan, atau menumbuhkan empati (Maarif, 2015). Dengan demikian, pathos menjadi elemen penting dalam membangun keterlibatan audiens serta memperkuat daya pengaruh komunikasi.

### 2.2.5 Unsur-Unsur Pathos

Dalam pembahasan Aristoteles, unsur utama dalam *pathos* mencakup emosi dan karakter audiens (Maarif, 2015). Kedua aspek ini menjadi dasar bagi komunikator dalam memahami dan mengelola kondisi kejiwaan pendengar.

#### A. Emosi

Emosi merupakan inti dari *pathos*, yaitu berbagai perasaan yang dapat memengaruhi keputusan seseorang. Aristoteles mengidentifikasi beragam emosi seperti marah dan tenang, bersahabat dan bermusuhan, takut dan berani, malu dan tidak malu, hingga kasih sayang dan rasa jengkel (Maarif, 2015). Setiap emosi memiliki sebab, kondisi kemunculan, serta cara pengelolaannya sendiri.

Sebagai contoh, kemarahan muncul akibat penghinaan, baik dalam bentuk merendahkan, menghalangi keinginan, maupun mempermalukan. Emosi ini dapat dimanfaatkan oleh orator untuk membangkitkan semangat perlawanan terhadap ketidakadilan. Namun, dalam kondisi lain, kemarahan justru perlu diredakan melalui pendekatan seperti permohonan maaf, kerendahan hati, atau suasana yang mencair. Selain itu, emosi seperti rasa takut dapat dibangkitkan dengan menghadirkan bayangan ancaman di masa dekat, sementara keberanian dapat ditumbuhkan dengan menghilangkan sumber ketakutan dan membangun kepercayaan diri audiens (Maarif, 2015).

Emosi lain seperti persahabatan, kebencian, kasih sayang, rasa malu, hingga iri dan semangat bersaing juga memiliki peran penting dalam retorika. Persahabatan, misalnya, dibangun atas dasar keinginan tulus untuk kebaikan orang lain, sedangkan kebencian bersifat lebih permanen dan tidak selalu bergantung pada pengalaman langsung. Rasa kasihan dapat dibangkitkan dengan menunjukkan penderitaan orang lain yang mungkin juga dapat dialami oleh audiens, sementara rasa bersaing yang positif dapat ditumbuhkan dengan menanamkan keyakinan

bahwa keberhasilan orang lain juga dapat diraih oleh diri sendiri. Dengan memahami berbagai bentuk emosi ini, orator dapat menentukan kapan emosi tertentu perlu dibangkitkan atau justru diredam (Maarif, 2015).

## **B. Karakter**

Selain emosi, Aristoteles juga menekankan pentingnya memahami karakter audiens dalam *pathos*. Karakter merujuk pada sifat batin yang memengaruhi cara berpikir dan bertindak seseorang. Dalam hal ini, karakter audiens dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu umur dan kondisi nasib atau sosial (Maarif, 2015).

Dari segi umur, audiens dibedakan menjadi tiga kelompok: pemuda, masa keemasan, dan orang tua. Pemuda cenderung bersemangat, optimis, dan berorientasi pada harapan, tetapi juga mudah berubah dan kurang stabil. Sebaliknya, orang tua cenderung lebih berhati-hati, pesimis, dan berorientasi pada pengalaman masa lalu (Maarif, 2015). Sementara itu, individu pada masa keemasan menunjukkan keseimbangan antara kedua ekstrem tersebut, dengan sikap yang lebih moderat dan rasional. Perbedaan karakter ini menuntut strategi komunikasi yang berbeda, misalnya pendekatan penuh semangat untuk pemuda, pendekatan realistik untuk orang tua, dan pendekatan moderat untuk kelompok usia matang (Maarif, 2015).

Dari segi nasib atau kondisi sosial, karakter audiens juga dipengaruhi oleh latar belakang seperti status sosial, kekayaan, dan kekuasaan. Kaum elite cenderung menjunjung etika dan formalitas, orang kaya cenderung menunjukkan sikap percaya diri bahkan arogan, sementara orang miskin lebih dekat dengan kondisi keterbatasan. Demikian pula, penguasa memiliki karakter ambisius dan berorientasi pada tugas, sedangkan rakyat biasa lebih membutuhkan pendekatan yang membangun kedekatan dan pemahaman. Dengan memahami karakter ini, orator dapat menyesuaikan gaya komunikasi, isi pesan, dan strategi persuasi agar lebih efektif (Maarif, 2015).

Dengan demikian, emosi dan karakter merupakan dua unsur utama dalam *pathos* yang saling berkaitan. Penguasaan terhadap keduanya memungkinkan komunikator untuk tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengelola

kondisi psikologis audiens secara tepat, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara lebih mendalam dan persuasif (Maarif, 2015).

### **2.2.6 Logos dalam Retorika**

*Logos* merupakan unsur retorika yang berkaitan dengan aspek rasional dalam penyusunan dan penyampaian pesan. Secara etimologis, *logos* memiliki makna yang luas, mencakup kata, pikiran, wacana, hingga pertimbangan rasional. Dalam konteks retorika Aristoteles, *logos* merujuk pada bagaimana pesan disusun secara logis, sistematis, dan argumentatif sehingga dapat diterima oleh akal audiens. Jika *ethos* berhubungan dengan kredibilitas pembicara dan *pathos* berkaitan dengan emosi pendengar, maka *logos* berfokus pada isi pembicaraan itu sendiri sebagai sarana utama persuasi (Maarif, 2015).

Dalam retorika *logos* dipahami sebagai bentuk argumentasi yang disusun melalui penggunaan bahasa, penalaran, serta struktur berpikir yang jelas. Oleh karena itu, seorang orator dituntut tidak hanya mampu berbicara dengan meyakinkan, tetapi juga mampu menyusun argumen yang memiliki dasar rasional. Pesan yang disampaikan harus memiliki alur yang dapat diikuti, premis yang dapat dipahami, serta kesimpulan yang dapat diterima oleh audiens. Dengan demikian, *logos* berfungsi untuk memberikan legitimasi intelektual terhadap pesan, sehingga audiens tidak hanya terpengaruh secara emosional, tetapi juga diyakinkan secara logis (Maarif, 2015).

Lebih jauh, *logos* dalam retorika tidak selalu berbentuk logika formal yang kaku, melainkan logika yang disesuaikan dengan situasi komunikasi. Artinya, argumentasi yang digunakan harus relevan dengan konteks, mudah dipahami, dan sesuai dengan kapasitas berpikir audiens. Dalam hal ini, Aristoteles menawarkan beberapa bentuk penyusunan pesan yang memungkinkan argumen disampaikan secara efektif tanpa kehilangan kekuatannya. Bentuk-bentuk tersebut menjadi unsur penting dalam *logos* yang harus dikuasai oleh seorang orator (Maarif, 2015).

### **2.2.7 Unsur-Unsur Logos**

Menurut Aristoteles, *logos* dalam retorika diformat dalam tiga unsur utama, yaitu sampel (*example*), adagium (*maxim*), dan *enthymeme* (Maarif, 2015). Ketiga

unsur ini saling berkaitan dalam membangun struktur argumentasi yang utuh, mulai dari penyajian contoh konkret hingga penarikan kesimpulan secara logis.

### **A. Sampel**

Sampel merupakan bentuk argumentasi induktif yang bergerak dari hal-hal khusus menuju kesimpulan umum. Dalam retorika, sampel digunakan untuk memberikan gambaran konkret yang mudah dipahami oleh audiens (Maarif, 2015), sehingga memperkuat kepercayaan terhadap pesan yang disampaikan. Sampel dapat dibentuk melalui dua cara, yaitu dengan menggunakan fakta aktual atau melalui ilustrasi.

Sampel faktual merujuk pada peristiwa nyata, terutama yang bersifat historis, yang dapat dijadikan pelajaran untuk memahami situasi masa kini dan masa depan. Penggunaan fakta semacam ini memberikan kekuatan pada argumen karena kebenarannya dapat dilacak. Sementara itu, sampel ilustratif dapat berupa analogi atau fabel yang tidak selalu berbasis fakta, tetapi dirancang untuk menyederhanakan gagasan kompleks (Maarif, 2015). Ilustrasi ini sering kali digunakan untuk membantu audiens memahami pesan secara lebih mudah, terutama jika audiens tidak terbiasa dengan pemikiran abstrak. Dengan demikian, pemilihan jenis sampel harus disesuaikan dengan karakteristik audiens yang dihadapi.

### **B. Adagium**

Adagium merupakan pernyataan umum yang bersifat praktis dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam retorika, adagium berfungsi sebagai prinsip atau pedoman yang dapat menjadi dasar dalam menyusun argumen. Adagium dapat berperan sebagai premis maupun sebagai kesimpulan dalam suatu penalaran (Maarif, 2015).

Terdapat adagium yang bersifat sederhana dan mudah diterima, serta adagium yang bersifat paradoksal sehingga memerlukan penjelasan tambahan. Adagium yang paradoksal biasanya memunculkan pertanyaan atau perdebatan, sehingga perlu dilengkapi dengan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik. Sebaliknya, adagium yang sudah umum dikenal tidak memerlukan penjelasan

panjang karena telah diterima sebagai kebenaran praktis. Kekuatan adagium sangat dipengaruhi oleh pengalaman, karena pernyataan yang lahir dari pengalaman cenderung lebih bermakna dan mudah diterima oleh audiens, terutama mereka yang memiliki kedewasaan berpikir (Maarif, 2015).

### C. *Enthymeme*

*Enthymeme* merupakan bentuk argumentasi deduktif khas retorika yang menjadi inti dari *logos*. Berbeda dengan silogisme formal yang lengkap, *enthymeme* bersifat tidak sempurna karena sebagian premis atau kesimpulannya sering kali tidak dinyatakan secara eksplisit (Maarif, 2015). Meskipun demikian, bagian yang tidak diungkapkan tetap dapat dipahami oleh audiens melalui konteks yang ada.

Dalam pembentukannya, *enthymeme* menggunakan dua dasar utama, yaitu kemungkinan dan keniscayaan. Kemungkinan merujuk pada hubungan yang bersifat probabilistik, yaitu sesuatu yang biasanya terjadi, tetapi tidak selalu pasti. Sementara itu, keniscayaan berkaitan dengan hubungan yang bersifat pasti dan dapat dibuktikan sebagai tanda atau bukti yang kuat (Maarif, 2015). Selain itu, *enthymeme* dapat berbentuk argumen yang mendukung maupun yang menyangkal. Argumen yang mendukung digunakan untuk memperkuat suatu pernyataan, sedangkan argumen yang menyangkal digunakan untuk membantah atau melemahkan pendapat lain, misalnya melalui kontra-argumen atau sanggahan (Maarif, 2015). Dengan karakter yang fleksibel dan kontekstual, *enthymeme* menjadi sarana utama dalam membangun persuasi yang logis dalam retorika. Oleh karena itu, penguasaan terhadap *enthymeme* menuntut kemampuan berpikir logis yang baik, karena melalui struktur inilah pesan dapat disampaikan secara efektif dan meyakinkan (Maarif, 2015).

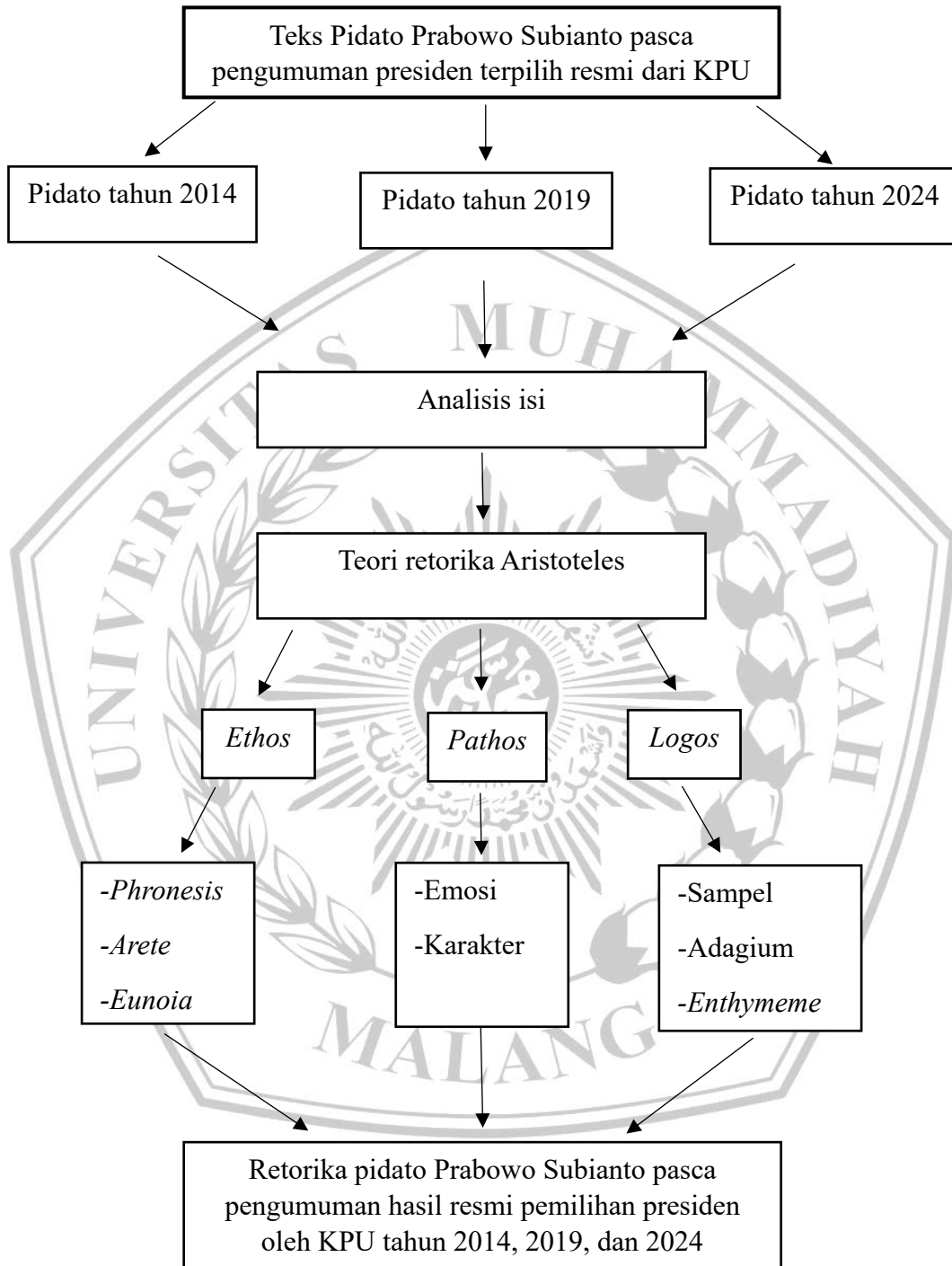
Secara keseluruhan, sampel, adagium, dan *enthymeme* merupakan tiga unsur utama dalam *logos* yang saling melengkapi. Sampel menyediakan dasar empiris atau ilustratif, adagium memberikan prinsip umum, dan *enthymeme* menyusun argumentasi deduktif. Ketiganya membentuk satu kesatuan yang memungkinkan pesan retorika disampaikan secara rasional, sistematis, dan persuasif (Maarif, 2015).

### 2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian Penelitian ini berangkat dari fenomena komunikasi politik yang diwujudkan melalui pidato politik sebagai sarana utama penyampaian pesan kepada publik. Pidato politik tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat persuasi yang digunakan oleh aktor politik untuk membentuk opini, memengaruhi sikap, dan mengarahkan respons audiens. Dalam konteks ini, pidato politik Prabowo Subianto pasca pengumuman resmi hasil Pemilihan Presiden oleh KPU pada tahun 2014, 2019, dan 2024 menjadi objek penting untuk dikaji. Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori retorika Aristoteles yang menekankan tiga unsur utama dalam persuasi, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas pembicara yang tercermin melalui *phronesis*, *arete*, dan *eunoia*, *pathos* berhubungan dengan kemampuan pembicara dalam mengelola emosi serta memahami karakter audiens, sedangkan *logos* menitikberatkan pada kekuatan argumentasi rasional yang dibangun melalui sampel, adagium, dan *enthymeme*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi untuk mengeksplorasi makna yang terkandung dalam teks pidato secara mendalam dan sistematis. Proses penelitian dilakukan dengan mengumpulkan teks pidato politik Prabowo Subianto setelah pengumuman hasil Pemilihan Presiden tahun 2014, 2019, dan 2024, kemudian menganalisisnya melalui tahap identifikasi, kategorisasi, dan interpretasi berdasarkan unsur-unsur retorika Aristoteles. Setiap bagian teks diklasifikasikan ke dalam kategori *ethos*, *pathos*, dan *logos* beserta unsur-unsurnya untuk melihat pola penggunaan retorika pada masing-masing periode. Hasil analisis tersebut kemudian dibandingkan guna menemukan kecenderungan dominasi unsur retorika tertentu, baik dalam aspek kredibilitas pembicara, pengelolaan emosi audiens, maupun kekuatan argumentasi logis, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai karakteristik retorika pidato politik pada tiga periode tersebut.

**Bagan 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian**



## 2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Utama
1	Jelita et al. (2025)	<i>“Analysis of the Rhetoric in the First President’s Speech Prabowo Subianto at the Inauguration Ceremony President of 2024”</i>	Menganalisis struktur retorika pidato pelantikan Presiden Prabowo 2024.	<i>Rhetorical criticism</i> (model Aristoteles)	Prabowo menggabungkan <i>ethos, pathos, dan logos</i> untuk membangun citra kepemimpinan moral dan nasionalis dengan visi “Indonesia Emas 2045”.
2	Nasrullah et al. (2025)	<i>“Framing Power and Ideology in Prabowo Subianto’s Presidential Speech”</i>	Menelaah bingkai kekuasaan dan ideologi dalam pidato Prabowo.	<i>Critical Discourse Analysis</i> (Fairclough)	Retorika Prabowo memadukan narasi militeristik dan paternalistik untuk memperkuat legitimasi politik nasionalis.

No	Penulis & Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Utama
3	Fachruddin (2021)	<i>“The Prabowo Subianto’s Language of Political Speech on Campaign: A Critical Discourse Analysis”</i>	Mengidentifikasi wacana kekuasaan dalam pidato kampanye Prabowo 2019.	CDA (van Dijk)	Prabowo menggunakan diksi oposisi “rakyat vs elit” untuk membangun citra pembela rakyat.
4	Nanik et al. (2025)	<i>“Grammatical Strategies of Persuasion in President Prabowo Subianto’s D-8 Summit 2024 Speech”</i>	Meneliti strategi gramatikal dalam pidato internasional Prabowo.	Systemic Functional Linguistics	Struktur pasif dan verba modal digunakan untuk menonjolkan kehati-hatian diplomatik.

No	Penulis & Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Utama
5	Rafi'i et al. (2025)	<i>"Semiotic Analysis and Cultural Elements in the Communication Style of Prabowo Subianto and Anies Baswedan in the 2024 Presidential Debate"</i>	Menganalisis simbol dan elemen budaya dalam debat Pilpres 2024.	Semiotic discourse analysis	Prabowo menampilkan citra paternalistik dengan bahasa tubuh dan humor nasionalis.
6	Umam (2025)	<i>"Populism and the Language of Power: A Critical Discourse Analysis on the Political Speech of the President of the Republic of Indonesia"</i>	Mengkaji karakteristik populisme dalam pidato politik Prabowo.	CDA	Pidato Prabowo mencerminkan gaya populis karismatik dengan pola "saya dan rakyat".
7	Effendy & Simatupang (2024)	<i>"Illocutionary Acts in the 1st 2023 Indonesian"</i>	Mengidentifikasi jenis dan fungsi tindak tutur dalam	Pragmatik (Austin & Searle)	Tindak tutur dominan: assertive dan commissive, menunjukkan

No	Penulis & Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Utama
		<i>Presidential Candidate Debate by Prabowo Subianto: A Pragmatic Analysis</i>	debat capres 2023.		komitmen moral dan tekad kepemimpinan.
8	Bumi <i>et al.</i> (2024)	<i>“Expressive Speech Acts and Strategic Communication in Prabowo Subianto’s 2024 Presidential Campaign Speeches”</i>	Mengkaji ekspresi emosional dalam pidato kampanye Prabowo 2024.	Analisis tindak tutur ekspresif & strategi komunikasi	Prabowo menampilkan emosi positif (bangga, kasih sayang) untuk membangun citra “bapak bangsa”.
9	Riyanto <i>et al.</i> (2021)	<i>“Rhetoric of Political Communication in Indonesian 2019 Presidential Debate”</i>	Membandingkan gaya retorika Jokowi dan Prabowo pada debat Pilpres 2019.	Comparative rhetorical analysis	Prabowo dominan dengan <i>pathos</i> dan metafora perjuangan; Jokowi menekankan data dan logika.

No	Penulis & Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Utama
10	Alfianyah & Megah (2025)	<i>“A Critical Discourse Analysis of President Prabowo Subianto’s Political Speech to the Turkish Parliament”</i>	Menguraikan strategi wacana internasional dalam diplomasi politik Prabowo.	CDA (Fairclough)	Retorika solidaritas global dan nasionalisme pragmatis memperkuat posisi Indonesia di dunia Islam.

Kesenjangan penelitian yang muncul dari studi-studi terdahulu mengenai retorika pidato politik Prabowo Subianto terletak pada belum adanya kajian komparatif 3 periode pemilu yang secara khusus menganalisis retorika pidato politik Prabowo pasca pengumuman resmi hasil pemilihan presiden oleh KPU dari unsur *ethos*, *pathos*, *logos*. Sebagian besar penelitian seperti Fachruddin (2021), Bumi *et al.* (2024), dan Jelita *et al.* (2025) hanya memusatkan perhatian pada retorika kampanye atau debat politik tanpa melihat momen krusial setelah hasil pemilu diumumkan, yakni saat retorika pidato berubah dari persaingan menjadi rekonsiliasi. Padahal, periode pasca pengumuman KPU merupakan fase penting yang mencerminkan transformasi komunikasi politik dari kontestasi menuju konsolidasi legitimasi. Belum ada penelitian yang membandingkan secara sistematis retorika pidato Prabowo setelah pengumuman resmi oleh KPU pada pemilihan presiden tahun 2014, 2019, dan 2024.

Penelitian terdahulu juga belum menyoroti bagaimana bahasa persuasif, simbol kebangsaan, dan narasi persatuan digunakan untuk membangun citra kenegarawanan setelah kontestasi politik. Selain itu pendekatan yang digunakan umumnya bersifat linguistik deskriptif tanpa mengaitkannya dengan dinamika sosial dan politik yang menyertai perubahan posisi Prabowo dari oposisi menjadi

presiden terpilih. Dengan demikian, terdapat celah penelitian yang signifikan dalam memahami bagaimana pidato pasca pemilu berperan sebagai sarana rekonsiliasi politik dan legitimasi kekuasaan.

