

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Retorika dalam Bahasa

Retorika merupakan seni berbahasa yang efektif, baik secara lisan maupun tulisan, dengan tujuan memengaruhi atau meyakinkan audiens. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), retorika adalah keterampilan berbahasa secara efektif. Dalam konteks komunikasi, retorika tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pemilihan kata, struktur kalimat, dan gaya bahasa yang tepat untuk mencapai tujuan komunikatif.

Penggunaan retorika yang tepat dapat meningkatkan kualitas komunikasi dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, politik, dan media. Sebagai contoh, dalam komunikasi politik, retorika digunakan sebagai seni membangun argumentasi dan seni berbicara untuk memengaruhi opini publik.

Kemampuan retorika yang baik memungkinkan seorang komunikator menyampaikan pesan dengan jelas, persuasif, dan etis, sehingga dapat membangun hubungan yang baik dengan audiens. Pentingnya retorika dalam komunikasi juga tercermin dalam pendidikan, di mana keterampilan ini diajarkan untuk meningkatkan kemampuan berbicara dan menulis siswa. Retorika dipandang sebagai penggunaan bahasa yang tertata dalam komunikasi, yang melibatkan pemilihan unsur bahasa yang paling persuasif oleh komunikator. Dengan demikian, penguasaan retorika menjadi esensial bagi individu yang ingin berkomunikasi secara efektif dan bertanggung jawab.

2.2 Fungsi Retorika dalam Bahasa

Fungsi retorika dalam bahasa adalah sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara efektif, persuasif, dan estetik guna mencapai tujuan komunikatif tertentu. Retorika berperan dalam meyakinkan audiens (persuasi), membangkitkan emosi (ekspresi emosi), memperindah penyampaian pesan (peningkatan estetika), dan menyederhanakan ide kompleks (memperjelas ide). Dalam praktiknya, retorika digunakan untuk membangun hubungan yang kuat antara komunikator dan audiens melalui pemilihan kata yang tepat, gaya bahasa yang menarik, dan struktur kalimat yang logis. Dengan memanfaatkan

retorika, komunikasi menjadi lebih bermakna, memikat, dan mampu menciptakan dampak jangka panjang pada audiens.

2.2.1 Persuasi

Persuasi adalah upaya untuk memengaruhi pikiran, sikap, atau perilaku seseorang melalui argumen atau penalaran yang meyakinkan. Teknik ini sering digunakan dalam komunikasi untuk membujuk audiens agar menerima ide atau gagasan tertentu. Dalam persuasi, pembicara atau penulis biasanya menggabungkan data faktual, logika, dan pendekatan emosional untuk memperkuat daya tarik argumennya. Contoh penerapan persuasi terlihat dalam iklan, pidato politik, dan kampanye sosial, di mana pesan dirancang untuk memotivasi audiens mengambil tindakan tertentu.

2.2.2 Ekspresi Emosi

Ekspresi emosi dalam bahasa adalah cara menyampaikan perasaan seperti kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, atau harapan melalui pilihan kata, intonasi, atau gaya bahasa. Dengan mengekspresikan emosi, komunikasi menjadi lebih hidup dan mampu membangun koneksi emosional antara komunikator dan audiens. Contohnya, seorang penulis puisi menggunakan metafora dan imaji untuk menggambarkan cinta, sehingga pembaca dapat merasakan kedalaman perasaan tersebut. Ekspresi emosi tidak hanya memperindah bahasa, tetapi juga memperkuat pesan yang disampaikan.

2.2.3 Peningkatan Estetika

Peningkatan estetika dalam bahasa bertujuan untuk membuat komunikasi lebih menarik dan indah melalui penggunaan gaya bahasa, struktur, dan diksi yang dipilih dengan cermat. Estetika berfungsi untuk memberikan daya tarik emosional atau intelektual yang membuat pesan lebih berkesan. Contohnya, dalam karya sastra seperti novel atau puisi, penggunaan simbolisme, aliterasi, dan ironi menciptakan keindahan yang memperkaya pengalaman pembaca. Dalam komunikasi sehari-hari, penggunaan estetika dapat membuat pesan lebih menonjol dan dihargai.

2.2.4 Memperjelas Ide

Memperjelas ide adalah usaha untuk membuat pesan lebih mudah dipahami oleh audiens melalui struktur bahasa yang logis dan sederhana. Teknik ini melibatkan penggunaan contoh, definisi, atau analogi untuk menjelaskan konsep yang kompleks. Sebagai contoh, seorang guru menjelaskan teori gravitasi kepada siswa dengan menggunakan analogi apel jatuh dari pohon, sehingga ide tersebut menjadi lebih konkret dan mudah dipahami. Dalam konteks komunikasi profesional, memperjelas ide sangat penting untuk menghindari miskomunikasi dan memastikan tujuan tercapai.

2.3 Retorika dalam Kampanye

Retorika dalam kampanye adalah seni menggunakan bahasa secara strategis untuk membujuk audiens, membangun dukungan, dan mencapai tujuan kampanye. Dalam konteks ini, retorika menjadi alat penting bagi politisi, aktivis, atau organisasi untuk menyampaikan pesan, memengaruhi opini publik, dan mendorong tindakan tertentu, seperti memilih kandidat, mendukung kebijakan, atau ikut serta dalam gerakan sosial.

2.4 Argumentasi dalam Retorika Berkampanye

Dalam konteks retorika kampanye, argumentasi berperan sebagai sarana utama untuk meyakinkan audiens mengenai visi, misi, dan program yang ditawarkan oleh kandidat atau partai politik. Argumentasi yang efektif memanfaatkan tiga komponen utama retorika Aristoteles: ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika). Ethos dibangun melalui penekanan pada integritas dan rekam jejak kandidat, pathos dicapai dengan menyentuh emosi audiens melalui narasi yang relevan, sementara logos disampaikan dengan menghadirkan data dan fakta yang mendukung program yang ditawarkan. Penggunaan ketiga elemen ini secara sinergis dapat meningkatkan daya persuasi dalam kampanye politik.

Selain itu, struktur argumentasi yang jelas dan logis sangat penting dalam retorika kampanye. Model argumentasi Toulmin, yang terdiri dari klaim, data, dan justifikasi, dapat digunakan untuk membangun argumen yang kokoh. Klaim merupakan pernyataan yang ingin disampaikan, data adalah bukti yang mendukung klaim tersebut, dan justifikasi menjelaskan bagaimana data mendukung klaim. Dengan menerapkan struktur ini, kandidat

dapat menyampaikan pesan yang lebih terstruktur dan meyakinkan, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi politik mereka.

2.5 Proses dan Prosedur Argumentasi

Kaitannya dengan argumentasi, proses argumentasi digunakan untuk melihat keterkaitan antara fakta, prosedur dan konsep yang saling mendukung satu sama lain. Semakin tinggi proses argumentasi seseorang akan semakin baik dalam memberikan alasan dari suatu penyelesaian masalah. Menurut Silberman (2006), prosedur dalam berargumentasi antara lain:

- a. Pilihlah sebuah masalah yang memiliki dua sisi atau lebih.
- b. Bagilah kelas menjadi sejumlah kelompok dan perintahkan setiap kelompok untuk mengemukakan argument yang mendukung pihaknya. Doronglah mereka untuk bekerja dengan rekan sebangku atau gugusan kelompok kecil.
- c. Jelaskan bahwa siswa mana saja bisa memulai debat. Setelah seorang siswa memiliki kesempatan untuk mengajukan satu argument yang mendukung pendapatnya, beri kesempatan untuk munculnya argument lain atau argument yang berseberangan dari kelompok lain. Lanjutkan diskusi, lakukan prosesnya dengan cepat.
- d. Akhiri kegiatan ini dengan membandingkan persoalan menurut pandangan seorang guru.

2.6 Strategi Argumentasi

Argumentasi juga memiliki standar dalam menentukan strategi selama melakukan proses argumentasi tersebut. Proses berargumentasi sebagai strategi dapat dianalisis dengan menggunakan argumentasi Toulmin. The Toulmin Model of Argumentation (TAP) merupakan suatu model yang dikembangkan oleh Stephen Toulmin (2003) yang berisikan struktur kerangka argumentasi. Model ini berisikan panduan untuk membangun argumen yang kritis dan persuasif. Dengan menerapkan model TAP, argumen yang diberikan lebih dapat diandalkan, kredibel, kurang rentan terhadap bantahan, dan secara umum lebih efisien dan efektif.

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Toulmin, langkah pertama dalam setiap argumentasi adalah menyatakan suatu pendirian berupa pendapat atau pernyataan yang diyakini kebenarannya oleh pembicara (claim). Dalam konteks ini claim adalah proses

Anise Basuwedan dalam menyatakan suatu dugaan, penjelasan, atau kesimpulan yang memberikan jawaban penelitian dengan cara membuktikan kebenarannya. Langkah kedua, claim yang diajukan harus didukung oleh data yang disebut dengan evidence atau bukti data yang menjadi titik tolak untuk mendukung claim. Selanjutnya, hubungan antara claim dengan evidence dijembatani oleh pembenaran (warrant) yang berfungsi sebagai penjamin. Penjamin di sini dapat berupa suatu prinsip, aturan yang berperan sebagai rantai penalaran antara klaim dan bukti. Secara sederhana, warrant menunjukkan mengapa bukti mendukung claim. Warrant digunakan ketika bukti atau data yang diberikan masih belum cukup.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan di atas, struktur argumentasi Toulmin sebagai strategi terdiri dari enam Komponen yaitu: (1) pernyataan (claim), (2) data (evidence), (3) pembenaran (warrant), (4) dukungan (backing/support), (5) kualifikasi (qualifier), dan (6) penolakan (rebuttal). Dari keenam aspek tersebut, menurut Toulmin, yang paling penting dari suatu argumentasi ada empat aspek, yaitu: claim, evidence, warrant, dan backing.

2.7 Klasifikasi Profil Retorika

Hakikat retorika adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan bahasa sebagai alatnya. Dalam peristiwa tersebut tujuan utama komunikator adalah menyampaikan pesan yang diharapkan dapat diketahui, dipahami, dan dapat diterima oleh mitra tutur atau komunikan. Penyampaian pesan itu dilakukan secara persuasif dengan mengembangkan kemungkinan-kemungkinan cara yang paling efektif untuk menunjang pesan komunikasi yang ingin disampaikan. Sebaliknya, pendengar juga memilih kemungkinan-kemungkinan itu untuk dapat menerima pesan komunikasi yang disampaikan. Memilih ungkapan yang dipandang paling cocok adalah ciri utama dalam retorika. Dalam proses pemilihan itulah persuasif tidaknya suatu ungkapan dipertimbangkan dengan baik oleh pembicara atau penulis.

Oleh karena itu, agar dapat menggunakan retorika secara efektif harus memperhatikan prosedur penerapannya. 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, keenggan, paradoks, dilemma, tautologi, penyalahgunaan peribahasa). Kaitannya dengan prosedur, retorika memiliki profil yang dikalsifikasikan menjadi tiga bagian yakni profil kata, profil konstruksi, dan profil pemikiran. Klasifikasi profil retorika dijelaskan dalam sub aspek berikut.

2.7.1 Profil Kata

Profil kata menjadi klasifikasi profil retorika yang pertama. Profil kata mencoba memberikan padangan bahwa retorika dapat dilihat sebagai permainan arti dan permainan bunyi. Retorika sebagai permainan arti dibagi menjadi delapan bentuk yakni, perbandingan, metafora, metonimi, sinekdoke, antanaklas, oksimoron, hiponimi, dan penggunaan merek sebagai atribut. Kemudian, retorika sebagai permainan bunyi dibedakan menjadi tiga bentuk yakni paranomasis, aliterasi, dan permainan kata.

2.7.2 Profil Konstruksi

Semua jenis konstruksi dalam kaitannya dengan profile dalam retorika, secara teoretis dimungkinkan ada. Akan tetapi, dalam praktik berkomunikasi sulit ditemukan. Kemudian Brouland dalam penelitiannya membagi profil retorika menjadi tiga bagian, yang salah satunya adalah profil konstruksi. Profil konstruksi kemudian dibagi lagi menjadi beberapa bagian yakni pembalikan, anakoluth, elips, anafora, hypallage.

2.7.3 Profil Pemikiran

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. Salah satu profil retorika yang telah diklasifikasikan oleh Brouland, profil pemikiran meliputi antitesis, kiasmus, meremehkan, hiperbola, prepetisi, keenggan, paradoks, dilemma, tautologi, penyalahgunaan peribahasa.

2.8 Pengertian Pragmatik

Bahasa memiliki peran yang sangat krusial karena menjadi peranti pokok komunikasi antarmanusia. Dalam ilmu linguistik umum, dijelaskan bahwa bahasa bersifat arbitrer atau manasuka. Artinya, bahasa yang digunakan dalam proses berkomunikasi antarmanusia tersebut merupakan hasil telah disepakati bersama sehingga muncul rasa saling memahami satu dengan yang lain. Bahasa bersifat arbitrer karena tidak adanya hubungan wajib antara lambing bahasa dengan konsep atau pengertian yang dimaksud lambing tersebut. Tidak hanya itu, bahasa juga bersifat konvensional. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa bahasa memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan konteks bahasa.

Konteks dalam kaitannya dengan penggunaan bahasa adalah suatu uraian atau kalimat yang dapat mendukung atau memberi kejelasan berdasarkan situasi yang ada hubungannya dengan suatu kejadian. pembelajaran bahasa yang mengkaji tentang kaitannya antara bahasa dan konteks disebut dengan pragmatik. Pragmatik adalah bagian dari cabang ilmu linguistik yang berfokus pada bahasa dengan mengkaji hubungan antara konteks luar bahasa dengan maksud tuturan. Leech (1993: 15), dalam bukunya menjelaskan bahwa pragmatik merupakan studi yang mempelajari tentang kondisi umum yang terjadi terkait penggunaan bahasa secara komunikatif. Artinya, pragmatik menjadi salah satu ilmu bahasa yang kajiannya berupa tuturan tentang makna secara eksternal. Untuk mengungkapkan makna dan tujuan tuturan, harus didasarkan pada situasi ujar yang tentunya tiap tuturan akan berbeda (Akhyarudin, dkk. 2018: 96). Sejalan dengan Akhyarudin dkk, Pratama (2015: 293) juga menuliskan bahwa topik-topik dalam pragmatik terdiri dari deiksis dan referensi, tindak tutur, implikatur percakapan dan konvensi, presuposisi, dan sintaks fungsional.

Kuswoyo (2015: 216) telah menyebutkan bahwa ilmu pragmatik merupakan ilmu bahasa manusia yang terkait pada konteks penyebab hadirnya bahasa itu sendiri, yakni konteks sosial dan konteks sosieta. Konteks sosial adalah konteks yang lahir akibat adanya suatu pengaruh di kalangan masyarakat baik sosial maupun budaya. Dan konteks sosieta merupakan konteks yang lahir akibat adanya pengaruh tingkat kedudukan di kalangan masyarakat. Oleh sebab itu, dari banyak penelitian bahasa menyebutkan bahwa sebuah

tuturan tidak bias terlepas dengan konteks tuturan tujuan pragmatik adalah untuk memahami maksud ujaran bukan makna kalimat yang diujarkan yang masuk ke dalam kajian semantik.

2.8.1 Kajian Pragmatik

Kajian pragmatik adalah kajian tentang hubungan antara bahasa dengan konteks yang mendasari penjelasan pengertian atau pemahaman bahasa. Sekurangnya ada tiga aspek penting dalam kajian pragmatik yaitu bahasa, konteks, dan pemahaman. Dalam kaitannya dengan penelitian, kajian pragmatik di sini adalah sebagai pendekatan untuk membedah fenomena yang akan diteliti. Pragmatik sebagai kajian pendekatan mencoba mengupas pemahaman tuturan dan konteks. Menurut Yunus Abidin (2019: 214) kajian pragmatik adalah studi tentang pemahaman makna dalam hubungan dengan situasi-situasi ujar.

2.8.2 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 tak 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 berkompeten, memiliki kredibilitas, serta memiliki komitmen yang kuat terhadap ideologi, visi, misi, dan program kerjanya.