

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemampuan berkomunikasi antarpribadi sudah ada sejak manusia lahir. Berbicara merupakan cara untuk meningkatkan komunikasi karena, sebagai makhluk sosial, manusia pada hakikatnya tidak dapat hidup terpisah dari kehidupan sosialnya. Setiap orang berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk memastikan bahwa apa yang dikatakan dipahami. Untuk membuat bahasa yang kita gunakan semenarik mungkin, gaya komunikasi kita juga penting. Berbicara juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan bahasa lisan untuk mengomunikasikan tujuan seseorang (pikiran, perasaan, dan ide) secara efektif kepada orang lain.

Berbicara, menurut Tarigan (2015:16), adalah kemampuan untuk mengucapkan kata-kata atau bunyi-bunyian untuk berkomunikasi, menyatakan, atau menyampaikan gagasan, perasaan, dan pikiran. Dengan memperluas batasan ini, kita dapat menyatakan bahwa berbicara adalah sistem sinyal yang terlihat dan terdengar yang menggabungkan konsep atau pikiran dengan menggunakan berbagai otot tubuh manusia.

Kata "retorika" berasal dari etimologi bahasa Latin "Rhetorica," yang merupakan kata Yunani Kuno yang berarti "seni berbicara." Kata ini diterjemahkan sebagai "retorika" dalam bahasa Inggris, yang berarti "keterampilan dalam berbicara atau berbicara." Retorika juga disebut sebagai "Seni berbicara," yang secara harfiah diterjemahkan sebagai "seni berbicara atau berbicara." Setelah itu,

kata retorika digunakan secara luas dalam berbagai konteks, termasuk politik, ekonomi dan perdagangan, jurnalisme, seni, dan pendidikan. Akibatnya, istilah-istilah seperti "retorika politik," "retorika perdagangan," "retorika seni," dan "retorika jurnalistik" sering digunakan.

Retorika, secara sederhana, adalah studi tentang pidato yang persuasif dan memikat, dengan tujuan membuat pendengar memahami dan merasa seolah-olah ia sedang berbicara. Karena dialog dapat mengarah pada pengungkapan kebenaran dengan sendirinya, Socrates mendefinisikan retorika sebagai ilmu yang menyelidiki cara melakukannya.

Retorika, menurut Abidin (2013:7), adalah seni komunikasi lisan yang disampaikan secara tatap muka oleh seorang individu kepada sekelompok individu. Setiap orang menggunakan retorika dengan cara yang paling sesuai bagi mereka. Retorika digunakan secara berbeda dalam masyarakat berdasarkan latar, isu, dan pekerjaan. Retorika sering kali digunakan secara tidak sengaja dalam situasi sehari-hari, sehingga tidak perlu evaluasi menyeluruh, gaya bicara yang disengaja, atau pemilihan materi linguistik yang disengaja. Diperlukan perangkat retorika yang mendukung untuk menjadi pembicara yang sukses.

Salah satu landasan keberhasilan kampanye politik adalah retorika. Selama fase ini, tim kampanye menggunakan bahasa yang menarik empati publik untuk menyampaikan filosofi atau program kerja yang mereka tawarkan dengan harapan memperoleh dukungan selama pemilihan umum.

Proses Pemilihan Umum Indonesia untuk Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden untuk periode 2024-2029 kembali dimulai sejak masa periode pemilu terakhir di tahun 2019. Pemilu ini yang akan menjadi pemilihan presiden ke-lima yang berlangsung berturut-turut di Indonesia. Pasal 7 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa presiden dan wakil presiden dipilih untuk masa jabatan lima tahun, dan setelah itu mereka dapat dipilih kembali untuk paling lama satu kali masa jabatan. Mengingat persaingan yang ada saat ini, tidak dapat dihindari bahwa berbagai partai politik akan menggunakan berbagai taktik politik yang terbukti benar untuk mendapatkan dukungan dari para pemilih dan meningkatkan persepsi publik mereka.

Dalam upaya menumbuhkan persepsi positif masyarakat terhadap politik, diperlukan sebuah personal branding dan proses kampanye politik untuk menjadi komponen sempurna dalam momentum pemilu Indonesia. Saat ini, setiap kandidat telah menjalankan berbagai kampanye politik. Banyaknya baliho yang bermunculan merupakan tahap awal dari kampanye untuk menampilkan calon ke masyarakat Indonesia (Fitri, 2022).

Pasangan nomor urut 01 Anies-Muhaimin kerap kali melakukan aktivitas kampanye melalui proses retorika komunikasi. Pada masa kampanye kepresidenan periode 2024-2029, pasangan nomor urut 01 Anies-Muhaimin memiliki program masing-masing untuk kampanye mereka. Program tersebut diciptakan dengan tujuan membangun citra serta berdiskusi soal rancangan program maupun aspirasi rakyat terhadap harapan bangsa Indonesia ke depannya. "Indonesia Adil Makmur untuk Semua" adalah visi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar. Mereka berdua

mengakui telah melakukan perjalanan dari Aceh ke Papua. Diyakini bahwa masih banyak masalah yang mengganggu kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, mereka memberikan penyesuaian yang lebih baik.

Pasangan nomor urut 01 Anies-Muhaimin memanfaatkan platform media sosial Youtube dalam melakukan kampanye dan berdiskusi bersama rakyat. YouTube merupakan situs web yang sangat populer untuk berbagi video yang didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal. Klip video dapat dibagikan, ditonton, dan diunggah oleh pengguna secara gratis. Salah satu platform media sosial yang muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan meningkatnya keinginan masyarakat terhadap media digital sebagai sumber komunikasi dan informasi adalah YouTube.

Anies Baswedan memiliki program Youtube yang dinamakan dengan “DESAK ANIES”, sementara Muhaimin Iskandar dengan program “SLEPET, IMIN”. Dalam program tersebut, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar melakukan kampanye secara menyeluruh ke pulau-pulau dan kota yang ada di Indonesia. Salah satu inisiatif kampanye Anies, "DESAK ANIES" menjelaskan tujuan, sasaran, dan inisiatif kerja yang telah ia mulai saat mencalonkan diri sebagai presiden pada pemilihan 2024. Desak Anies diposisikan dalam lingkungan yang santai untuk menarik minat pemilih.

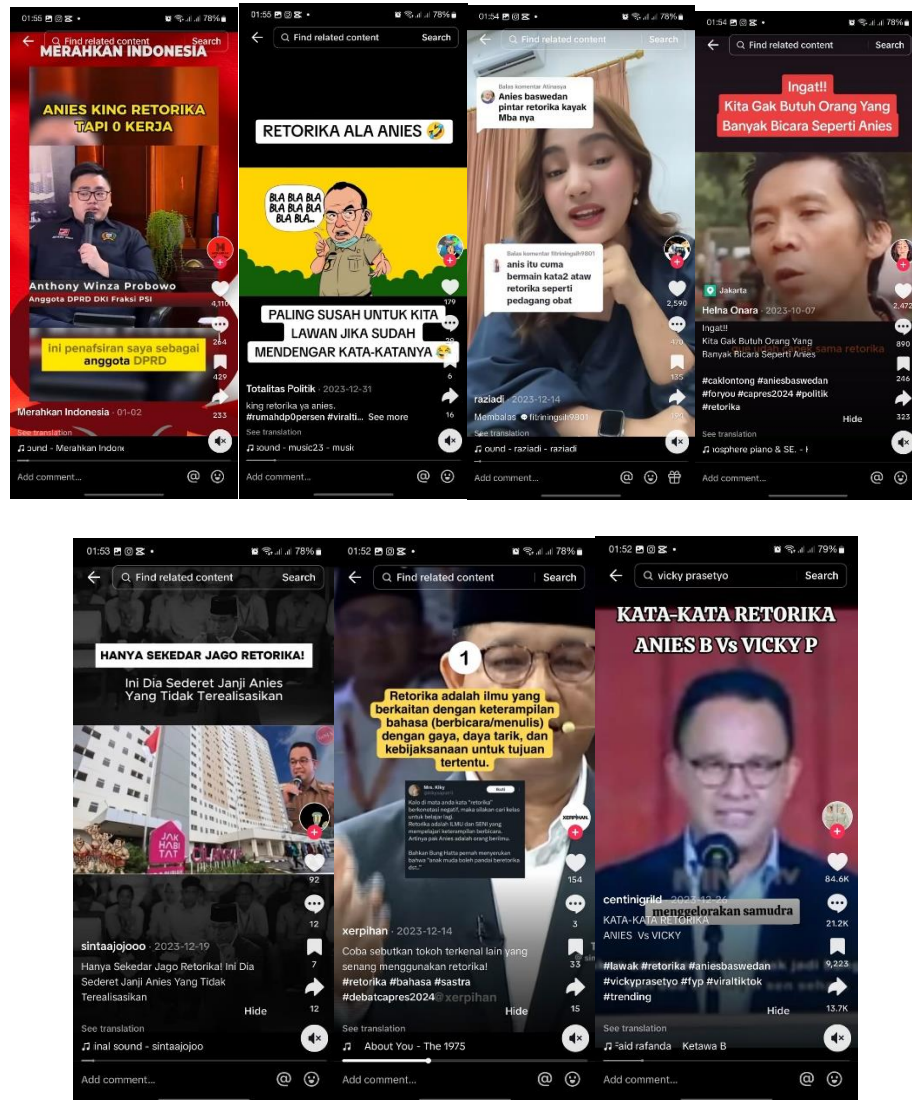
Anies dan krunya mengunjungi lokasi atau area yang akan menjadi fokus kampanye pada jadwal yang telah diatur sebelumnya sebagai bagian dari sistem pemilihan bola untuk menjalankan agenda ini. Anies memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengajukan pertanyaan secara langsung dan langsung

mengenai situasi terkini melalui program ini. Anies kemudian akan mencoba menanggapi pertanyaan dan isu yang disampaikan kepadanya. Program ini biasanya menggunakan format wawancara, diskusi panel, atau vlog, di mana Anies Baswedan berbicara langsung kepada penonton atau berdialog dengan berbagai narasumber. Desak Anies diselenggarakan selama masa kampanye yang telah ditetapkan oleh KPU yaitu mulai 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. (sumber : tirto.id).

Program lainnya yang dilakukan oleh Muhaimin Iskandar dinamakan dengan “Slepet Imin” memiliki tujuan dan format yang sama dalam menyampaikan pesan-pesan politik untuk berkampanye. Tujuan dari "Slepet Imin" adalah untuk meningkatkan profil dan popularitas Cak Imin di kalangan masyarakat umum, khususnya di kalangan anak muda yang sering menggunakan YouTube dan media sosial. Selain itu, program ini membantu mengomunikasikan keyakinan, aspirasi, dan misi politik PKB dengan cara yang lebih menarik dan santai. Biasanya, acara ini mengikuti format vlog atau talk show di mana Cak Imin berinteraksi dengan publik, seniman, dan pakar subjek selain berbicara langsung kepada penonton. Topik yang dibahas berkisar dari kegiatan sehari-hari Cak Imin hingga tantangan politik, ekonomi, dan sosial.

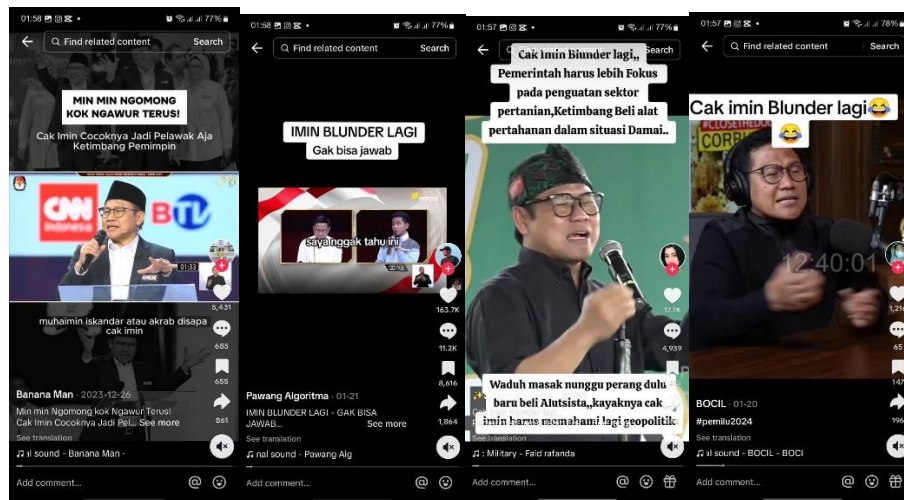
Berdasarkan data yang ada pada media sosial, banyak pro dan kontra terkait dengan keahlian Anies-Muhaimin dalam beretorika. Beberapa mengatakan bahwa kemampuan Anies Baswedan dalam beretorika menjadi nilai yang tinggi dalam meningkatkan elektabilitasnya dalam pencalonan presiden 2024-2029, namun di

sisi lain terdapat kalangan masyarakat yang menganggap bahwa kemampuan retorika Anies sekedar omong kosong dan tidak dapat dibuktikan kebenarannya.



Gambar 1. 1 Kumpulan screenshot tanggapan netizen terhadap kemampuan retorika Anies (sumber : Tiktok.com)

Di sisi lain banyak netizen Indonesia yang memperbincangkan soal kesalahan atau blunder yang dilakukan oleh Muhaimin Iskandar. Pada aktivitas kampanye yang dilakukan oleh Muhaimin, seringkali dirinya salah dalam menyampaikan gagasan yang mengundang cemoohan atau kritik dari netizen.



Gambar 1. 2 Kumpulan screenshot tanggapan netizen terhadap kemampuan retorika Muhaimin (sumber : Tiktok.com)

Politisi dan kandidat dalam proses pemilihan umum adalah contoh komunikator politik, dan mereka harus terampil berbicara di depan khalayak. Kemampuan berbicara, dan khususnya berbicara dengan baik, sangat penting untuk mengembangkan citra diri yang positif dalam diri komunikator. Salah satu alat yang dimiliki komunikator politik dalam kotak peralatan mereka untuk memengaruhi opini publik dan menumbuhkan pandangan yang baik adalah kemampuan berbicara di depan umum. Kesan yang baik memiliki kekuatan untuk memengaruhi opini positif khalayak terhadap komunikator politik (Dianingtyas M., 2017).

Hasil pemungutan suara yang berhasil ditetapkan oleh KPU pada 20 Maret 2024, menyatakan bahwa pasangan calon presiden Prabowo Subianto dengan calon wakil presiden Gibran Rakabuming yang menjadi pemenang dari Pemilu tahun 2024. Hasil tersebut ditetapkan berdasarkan hasil rekapitulasi nasional. Secara resmi, jumlah suara yang diperoleh pasangan calon presiden wakil presiden Prabowo-Gibran meraih angka 96.214.691 suara sah. Sementara untuk pasangan calon presiden wakil presiden Anies-Muhaimin memperoleh suara sah nasional

sebanyak 40.971.906. Diikuti dengan pasangan calon Ganjar-Mahfud yang memperoleh suara sah nasional sejumlah 27.040.878. Total suara yang diperoleh oleh ketiga calon presiden sebanyak 164.227.475.

Berdasarkan data yang ada pada CNBC Indonesia, Mahkamah Konstitusi (MK) menerima pengaduan resmi terhadap KPU Nomor 360/2024 tentang penetapan hasil pemilu 2024 dari Tim Hukum Nasional (THN) pasangan nomor urut 01 Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar. Gugatan bernomor 01-01/AP3-PRES/Pan.MK/03/2024 ini diajukan ke Mahkamah Konstitusi pada 21 Maret 2024 pukul 09.02 WIB. Di saat yang bersamaan, pasangan nomor urut 03 Ganjar Pranowo dan Mahfud MD mengungkit soal Sirekap. (sumber : cnbcindonesia.com)

Terkait gugatan tersebut, Mahkamah Konstitusi (MK) secara resmi memberikan putusannya pada tanggal 22 April 2024. MK secara resmi menegaskan bahwa gugatan pasangan nomor urut 01 tidak berdasar hukum. Selain itu, Mahkamah Konstitusi (MK) menyatakan KPU selaku termohon telah mematuhi aturan dalam melaksanakan putusan pengadilan yang mengubah kriteria pendaftaran calon wakil presiden dan calon presiden. Dalil Presiden Joko Widodo (Jokowi) yang menuding adanya nepotisme dan pergaulan bebas terkait keputusan Mahkamah Konstitusi yang mengubah kriteria usia calon presiden dan wakil presiden dinilai tidak berdasar secara hukum oleh pengadilan. Maka dari itu, pasangan nomor urut 02 Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka secara resmi dinyatakan sebagai presiden dan wakil presiden terpilih di tahun 2024 dengan total perolehan suara sejumlah 75.375.349 atau 58,82%.

Berdasarkan hasil tersebut, pasangan nomor urut 01 turut menyampaikan pesan selamat kepada pasangan terpilih nomor urut 02 Prabowo-Gibran pada tanggal 23 April 2024 melalui pidatonya yang diunggah melalui platform media sosial Kompas TV Sukabumi. Konten video berupa ucapan selamat tersebut menuai persepsi masyarakat dengan kategori yang berbeda-beda.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana analisis retorika Anies-Muhaimin dalam tayangan YouTube "Usai Putusan MK Anies-Muhaimin Menghormati dan Beri Selamat ke Prabowo-Gibran" di channel Youtube Kompas TV Sukabumi memenuhi persyaratan etos, patos, dan logos teori retorika Aristoteles.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah ada, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah : Bagaimana retorika Anies-Muhaimin dalam tayangan Youtube "Usai Putusan MK Anies-Muhaimin Menghormati dan Beri Selamat ke Prabowo-Gibran"?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui retorika yang dilakukan oleh Anies-Muhaimin pada tayangan Youtube "Usai Putusan MK Anies-Muhaimin Menghormati dan Beri Selamat ke Prabowo-Gibran".

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam membangun teori tentang analisis penerimaan masyarakat terhadap konten politik di media sosial, khususnya dalam konteks tayangan Youtube. Hasil penelitian dapat memperkaya pemahaman teoritis tentang bagaimana opini publik terbentuk dan dipengaruhi oleh konten politik di era digital.
2. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi pembuat kebijakan dalam merancang kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat. Mereka dapat menggunakan pemahaman yang diperoleh tentang opini publik untuk merumuskan kebijakan yang lebih relevan dan berdampak positif bagi masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Para politisi dan pembuat kebijakan dapat menggunakan penelitian ini sebagai panduan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi politik kepada masyarakat.
2. Media massa dan praktisi komunikasi politik dapat memanfaatkan wawasan yang diperoleh dari penelitian ini untuk mengembangkan konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens mereka, serta merespon secara tepat perubahan opini publik.