

ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF CAPRES 2024 DALAM DEBAT KPU (Kajian Retorika Aristoteles)

Natalia Endah Hapsari¹, Dede Fatinova², Fariz Ardan³

^{1,2,3}Universitas Pamulang, Indonesia

Corresponding e-mail: dosen02553@unpam.ac.id

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: [10.53866/jimi.v5i1.652](https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.652)

Abstract

The aim of this study is to uncover the political rhetoric of the capres in the 2024 elections according to the analysis of the ethos, pathos and logos of Aristotle. To obtain results, this study uses qualitative research methods. For the primary data, the research is derived from videos posted on social media by each couple of capres and cawapres during the 2023 presidential election campaign, while the secondary data sources are obtained from articles and books related to Aristotle's rhetoric. Whereas the data collection technique used for this research is a recording and recording technique. The data obtained will then be digested according to Aristotle's rhetorical theory of ethos, pathos, logos. The results of the research revealed that Capres Anies Baswedan was more dominant with the logos element which meant more giving facts and data in the argument. While Prabowo Subianto tends to be strong with the element of pathos with the dominant emotional side. While Ganjar Pranowo provides a balanced portion for the elements of pathos and logos.

Keywords: : *debate, president candidate, rhetoric, presidential election*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap retorika politik persuasif para capres dalam pemilu 2024 sesuai analisis ethos, pathos dan logos Aristoteles. Untuk memperoleh hasil, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini bersumber dari dua hal yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data primer, penelitian ini memperoleh dari video yang tayang di media sosial masing-masing pasangan capres dan cawapres pada masa kampanye pemilihan presiden 2023. Sementara sumber data sekunder diperoleh dari artikel dan buku yang terkait retorika Aristoteles. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini merupakan teknik simak serta catat. Data yang diperoleh kemudian akan dipilah sesuai dengan teori retorika Aristoteles yaitu ethos, pathos, logos. Hasil penelitian diketahui bahwa capres Anies Baswedan lebih dominan dengan unsur logos yang bermakna lebih banyak memberikan fakta dan data dalam argumentasi. Sedangkan Prabowo Subianto cenderung kuat dengan unsur pathos dengan sisi emosi yang dominan. Sementara Ganjar Pranowo memberikan porsi yang berimbang untuk unsur pathos dan logos.

Kata Kunci: debat, capres, retorika, pilpres

1. Pendahuluan

Menjelang pemilihan presiden 2024, masyarakat telah dihadapkan pada euforia kehadiran sosok calon presiden (calon presiden). Sejumlah partai politik pun telah mengumumkan sosok pilihan yang akan diusung untuk mengikuti kancah pemilihan presiden 2024. Dari pengumuman sejumlah partai, masyarakat pun mengenal nama-nama calon presiden yang diusung sejumlah partai di antaranya Anies Baswedan, Prabowo

Subianto dan Ganjar Pranowo. Setelah nama-nama capres itu diumumkan, masyarakat pun menanti kiprah para calon untuk melakukan komunikasi persuasif dalam rangka menarik perhatian para pemilih. Tentunya, ini akan bermuara pada elektabilitas para capres saat pilpres berlangsung pada 14 Februari 2024.

Upaya ini lebih gencar dilakukan saat masa kampanye pilpres. Dalam kampanye pemilihan presiden, retorika yang efektif memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pemilih terhadap calon presiden dan pesan yang mereka usung. Keterampilan dalam menggunakan elemen-elemen retorika dengan bijak dapat membantu calon presiden memengaruhi pandangan dan keputusan pemilih. Retorika memainkan peran penting dalam kampanye pemilihan presiden karena melibatkan penggunaan bahasa dan strategi komunikasi untuk meyakinkan, mempengaruhi, dan memotivasi pemilih. Manifestasi penggunaan bahasa dalam politik sangat berpengaruh. Kesalahan verbal dalam mengomunikasikan sebuah pesan tanpa cermat memperhatikan tempat, audiensi, dan konteks terkini sangat berdampak terhadap simpati atau antipati publik. Pemilihan diksi kurang tepat yang disampaikan kepada publik akan menimbulkan kontroversi. Terlebih pada masa media sosial dengan begitu mudah 'menggoreng dan memviralkan' potongan pernyataan verbal pasangan capres tertentu (Haryono, 2019).

Tidak hanya saat kampanye, retorika juga merupakan bagian dari tindakan komunikasi politik yang dilakukan oleh pemerintah yang pada dasarnya mencerminkan bagaimana pemerintah mengatur pemerintahan. Sementara, pelayanan publik juga merupakan bagian dari dimensi tanggung jawab politik yang diterapkan pada setiap tingkat dan struktur dari otoritas yang dilakukan oleh pemerintah, sehingga dapat dikatakan, itulah etika yang juga merupakan upaya pemerintah untuk memberikan arahan dan landasan bagi setiap langkah komunikasi politik pemerintah dalam menjalankan roda pemerintahan (Arrianie, 2023).

Ketika kampanye berlangsung, upaya persuasif dilakukan untuk menarik pemilih. Komunikasi persuasif dan kampanye pemilihan presiden memiliki hubungan erat, karena komunikasi persuasif adalah salah satu elemen kunci dalam merancang dan menjalankan kampanye pemilihan presiden. Kampanye pemilihan presiden boleh dibidang merupakan upaya meyakinkan pemilih agar mendukung calon tertentu. Komunikasi persuasif berfokus pada menggunakan pesan-pesan yang merangsang emosi, keyakinan, dan nilai-nilai pemilih agar mereka memilih calon tersebut. Untuk meyakinkan pemilih itulah, pesan-pesan kampanye pemilihan presiden dirancang secara khusus untuk mengkomunikasikan visi, platform, dan janji-janji calon kepada pemilih. Pesan ini harus merangkul audiens, mengatasi kekhawatiran mereka, dan mempengaruhi pandangan mereka. Komunikasi persuasif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan ini dengan cara yang meyakinkan dan mempengaruhi pemilih. (Fatimah, 2018)

Untuk itulah dibutuhkan adanya strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan. Ini melibatkan penggunaan berbagai saluran komunikasi, seperti iklan TV, media sosial, pidato, debat, dan lain-lain. Komunikasi persuasif berkontribusi pada pengembangan strategi ini dengan mengidentifikasi audiens target, menyusun pesan yang sesuai, dan memilih metode komunikasi yang paling efektif.

Dalam komunikasi, kita mengenal upaya untuk mempengaruhi orang lain. Komunikasi adalah konsep yang kompleks dan beragam yang fundamental bagi masyarakat manusia. Ada berbagai definisi yang muncul terkait komunikasi. Komunikasi didefinisikan sebagai pertukaran pikiran, pengetahuan, dan perasaan antara individu (Maslava, 2019).

Menurut ulasan Yusuf Zainal Abidin (2021), persuasi adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang secara verbal maupun nonverbal. Selain itu, Abidin menyebutkan model komunikasi persuasi. Model pertama adalah model stimulus respons, yang mengacu pada gagasan asosiasi; model kedua adalah model kognitif, yang mengacu pada pikiran, nalar, dan rasio untuk meningkatkan pemahaman, menjadi lebih logis, dan lebih mudah dipahami. Ketiga model motivasi adalah mendorong seseorang untuk mengubah pendapatnya atau memenuhi kebutuhan mereka dengan memberikan ganjaran tertentu. Keempat, model sosial menyarankan agar publik atau komunikan mempertimbangkan aspek sosialnya. Ini berarti bahwa pesan yang disampaikan harus sesuai dengan status sosial yang relevan sehingga komunikasi lebih mudah. Terakhir, model personalitas, yang bergantung pada karakteristik pribadi, digunakan sebagai referensi untuk mengetahui bagaimana penonton tertentu akan bertindak (Ridho et al., 2022).

Misalnya, pidato persuasif adalah ketika pembicara berusaha meyakinkan atau mendorong audiens untuk mengambil sudut pandang tertentu atau melakukan sesuatu. Penulisan persuasif, di sisi lain, memerlukan penggunaan kata-kata dan argumen untuk meyakinkan pembaca untuk menerima pendapat, ide,

atau posisi tertentu. Persuasi biasanya didefinisikan sebagai keterampilan komunikasi yang melibatkan menyampaikan argumen atau informasi dengan cara yang dapat mengubah atau mempengaruhi tindakan atau pendapat orang lain (Maslava, 2019).

Herrick (2017) mengungkapkan teori retorika Aristoteles sangat erat kaitannya dengan komunikasi publik seperti pidato dan orasi. Sistematis pidato Aristoteles perlu memperhatikan jenis pidato, aturan, audiens, dan masalah yang disampaikan pada pidato tersebut (Aisyah, 2022)

Habinek (2017) turut memaparkan pembagian teori Aristoteles bahwa ketiga jenis pidato tersebut memiliki perbedaan yang spesifik. Pidato deliberatif atau legislatif, memiliki kaitan dengan untung rugi. Pidato epideictic yakni berkaitan dengan dianggap sebagai berbudi luhur dan yang buruk. Dan pidato forensik atau yudisial, kaitannya dengan keadilan dan ketidakadilan. Artistic Proof Aristoteles ialah konsep yang merupakan inti dari teori retorika Aristoteles. Terdapat tiga Artistic Proof yakni karakter atau ethos, emosi atau pathos, dan argumen atau logos. (Aisyah, 2022).

Dalam kancah politik, penggunaan retorika dari Aristoteles ini amat lazim diterapkan. Sejumlah tokoh politik Indonesia seperti Puan Maharani, Airlangga Hartono, menggunakan media baliho untuk memperkenalkan diri pada masyarakat. Keempat tokoh politik ini membangun identitas politiknya melalui penggunaan konsep ethos, logos, dan pathos. Proses pembentukan identitas politik inilah, yang dapat menjadikan tokoh politik meraih dukungan publik dalam rangka memenangkan kontestasi di pasar politik. (Pamungkas, 2022).

Saat kampanye pemilihan presiden itu pula, para calon harus mampu menyampaikan pesan mereka dengan jelas, kuat, dan meyakinkan. Kemampuan untuk memengaruhi emosi dan persepsi pemilih adalah inti dari komunikasi persuasif. Calon yang dapat menggunakan retorika yang baik, ekspresi tubuh yang kuat, dan intonasi vokal yang tepat akan lebih mungkin mendapatkan dukungan. (Fatimah, 2018)

Dan pada gilirannya retorika yang disampaikan oleh para capres itulah yang menjadi kunci utama untuk menarik perhatian para pemilih. West menyebutkan pandangan Aristoteles, tentang retorika yang merupakan alat persuasi yang tersedia. Ini bermakna seorang pembicara harus mampu membujuk khalayaknya dengan mempertimbangkan tiga bukti yaitu emosi (pathos), etika atau kredibilitas (ethos), dan logika (logos). Aristoteles mengatakan bahwa agar orasi atau pidato menjadi efektif, pembicara harus mengikuti tuntunan atau prinsip-prinsip retorika yang disebut kanon. Aturan atau hukum ini harus diterapkan agar orasi atau pidato menjadi lebih menggugah. Kanon-kanon ini sering digunakan dalam situasi berbicara tertentu. (Hidayat, 2021).

Merujuk pada teori retorika Aristoteles itulah, penelitian ini akan menelaah tentang upaya retorika persuasif yang dilakukan oleh para capres dalam konstelasi politik pemilihan presiden 2024. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui retorika politik persuasif para capres dalam pemilu 2024 sesuai analisis ethos, pathos dan logos Aristoteles dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut: (1) apa unsur retorika yang dominan yang berlangsung dalam debat capres 2024?; (2) bagaimana analisis terhadap strategi retorika yang digunakan tiap capres?

2. Metode Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penulisannya mencakup saran penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data, dan kesimpulan. Selain itu, dia menggunakan elemen kecenderungan, situasional deskriptif, wawancara mendalam, analisis isi, dan non-perhitungan numerik dalam penulisannya (Pujileksono, 2016).

Untuk menganalisis data, digunakan metode analisis data model Miles dan Huberman untuk menganalisis data (Pujileksono, 2016). Analisis model ini dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama mencakup reduksi data, yang berarti merangkum, memilih yang penting, memfokuskan pada yang penting, dan mencari pola dan temanya. Tahap kedua adalah penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah naratif dengan tujuan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan apa yang diketahui. Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah tahap ketiga. Proses ini dilakukan setelah data lapangan dikumpulkan. Kesimpulan dari penelitian kualitatif adalah temuan baru yang disajikan dalam bentuk deskripsi atau gambaran yang sebelumnya tidak jelas menjadi jelas.

Objek dari penelitian ini adalah rekaman video penayangan Debat Capres 2024 yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang tayang di situs resmi KPU pada masa kampanye pemilihan presiden 2023.

Data dalam penelitian ini bersumber dari dua hal yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data primer, penelitian ini dilakukan dengan menyimak video penayangan Debat Capres 2024 yang tayang di situs resmi KPU. Sementara sumber data sekunder diperoleh dari artikel di media massa dan buku yang terkait retorika Aristoteles. Sedangkan teknik pengolahan data yang dilakukan untuk penelitian ini merupakan teknik simak serta catat. Teknik simak digunakan untuk memilah objek penelitian yang sesuai. Sedangkan teknik catat digunakan sebagai cara untuk membuat catatan terhadap hal yang cocok dan tepat untuk menyelesaikan rumusan masalah. (Sudaryanto, 2015).

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam debat capres yang diselenggarakan KPU, seluruh pasangan capres dan cawapres memperoleh lima kali kesempatan untuk mengikuti program tersebut. Khusus untuk capres, ada 3 kali kesempatan mengikuti debat capres sedangkan cawapres memperoleh dua kali kesempatan. Lewat ajang debat itulah, masyarakat bisa menangkap pesan persuasif yang terungkap lewat retorika yang disampaikan tiap capres. Aristoteles menekankan pada konsep ethos, pathos, dan logos sebagai dasar dari seni persuasi dan argumentasi. Dalam ethos, pembicara berusaha meyakinkan audiens bahwa dia layak untuk berbicara tentang topik tertentu. Caranya lewat kemampuan untuk penguasaan topik, menggunakan bahasa yang sesuai dengan audiens dan topik. Dalam ethos, hadir unsur-unsur seperti kredibilitas, otoritas, dan karakter (Rapp, 2022). Sedangkan, pathos adalah daya tarik emosional yang bertujuan untuk menarik emosi tertentu pada penonton. Ini mencakup penggunaan bahasa yang jelas dan emosional serta detail sensorik untuk membangun hubungan emosional dengan penonton. Dalam komunikasi modern, pathos sering digunakan untuk membangkitkan emosi audiens, dengan cara mencetuskan pesan lebih relevan dan menarik. Sementara logos merupakan konsep yang mengacu pada daya tarik logis dengan fokus pada struktur dan alasan argumen. Dalam istilah modern, logos mengacu pada struktur dan isi argumen itu sendiri, menekankan penggunaan penalaran dan logika untuk membujuk audiens. Logos sangat penting untuk menyajikan argumen yang terstruktur dan masuk akal, serta untuk memberikan bukti dan fakta untuk mendukung posisi pembicara (Hidayat, 2021).

3.1 Retorika Anies Baswedan

Dalam tiga kali kesempatan debat capres, capres Anies Baswedan dominan menyampaikan pesan persuasif secara logos dengan 20 data argumentasi, 10 pembuktian serta delapan fakta.

Anies Baswedan					
Ethos		Pathos		Logos	
Kredibilitas	8	Emosi	6	Argumentasi	20
Otoritas	10	Nilai	5	Bukti	10
Karakter	3	Persuasi	12	Fakta	8
Total	21		23		38

Seperti dalam debat pertama capres yang berlangsung pada Selasa (12/12/2023) di Gedung Komisi Pemilihan Umum (KPU), Jakarta, Anies menekankan argumentasi masalah ruang publik Jakarta yang perlu diselesaikan dengan membangun transportasi umum, taman serta menyediakan transportasi berbasis elektrik. Argumentasi tersebut diperkuat dengan fakta tingginya polusi udara di Jakarta yang masuk dalam 10 ibukota paling parah tingkat polusinya di dunia. Alhasil, untuk mengatasi masalah tersebut, Anies berargumen pentingnya melakukan emisi dari kendaraan bermotor yang wajib dilakukan, elektrifikasi kendaraan umum serta konversi kendaraan umum. Topik lain yang juga memperkuat argumentasi Anies adalah saat debat capres ketika argumentasi soal penyimpangan bantuan sosial (bansos) sempat beberapa kali dilontarkan

dalam sejumlah sesi debat kelima yang mengusung tema Kesejahteraan Sosial, Kebudayaan, Pendidikan, Teknologi Informasi, Kesehatan, Ketenagakerjaan, Sumber Daya Manusia, dan Inklusi.

Anies sempat menyoroti masalah ketimpangan yang menjadi fenomena membahayakan karena perekonomian dikuasai oleh segelintir orang. Anies memberikan argumentasi soal bansos yang dianggap sebagai solusi mengatasi ketimpangan. Menurut Anies, bansos seharusnya adalah bantuan untuk si penerima, bukan bantuan untuk si pemberi karenanya dia diberikan sesuai dengan kebutuhan si penerima. Bansos juga harus bisa dipastikan diterima oleh mereka yang miskin prasejahtera sehingga dibuat bansos plus untuk masyarakat miskin yang tak sekadar menerima bantuan tetapi juga mendapatkan bekal pelatihan pendampingan supaya bisa mandiri dan hidup lebih sejahtera. Poin argumentasi juga muncul saat pembahasan tentang utang Indonesia. Anies memaparkan tentang pentingnya menggunakan utang untuk aktivitas produktif serta keharusan untuk tetap menjaga rasio utang pada angka maksimal 30 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB). Argumentasi itu pula yang digunakan untuk menyentil anggaran Kementerian Pertahanan yang notabene dipimpin oleh Prabowo Subianto yang memakai utang untuk membeli alat utama sistem senjata (alutsista) bekas dalam debat kedua capres yang mengusung tema Pertahanan dan Keamanan.

Selain faktor logos, unsur pathos dan ethos cukup berimbang dihadirkan oleh Anies. Dalam tiga kali sesi debat, Anies berusaha melancarkan upaya persuasi. Dari keseluruhan debat capres, langkah persuasi yang diperoleh tercatat mencapai 12 data. Seperti dalam debat ketiga, upaya persuasi dilancarkan untuk menarik pemilih dari kalangan tenaga pendidik. Anies menyatakan pemerintah berupaya menciptakan ekosistem yang sehat sehingga para budayawan bisa memunculkan ekspresinya dengan cara membentuk Kementerian Kebudayaan. Selain itu, upaya persuasi juga dilakukan dengan menyatakan akan melakukan percepatan sertifikasi guru pengangkatan 700.000 guru honorer menjadi guru P3K; adanya beasiswa untuk anak guru dan anak dosen serta anak tenaga kependidikan; serta adanya penghargaan dan tunjangan bagi dosen dan peneliti yang berbasis pada kinerja, dan tidak ketinggalan langkah persuasi dengan menegakkan upaya mengurangi beban administrasi dosen. Sementara unsur emosi dalam faktor pathos tidak terlalu dominan dalam retorika Anies Baswedan meski hal tersebut sempat memicu percakapan publik setelah sesi debat berakhir. Salah satu unsur emosi Anies muncul ketika Anies menilai Prabowo tidak tahan untuk menjadi oposisi dengan menekankan soal pernyataan Prabowo bahwa tidak berada dalam kekuasaan membuat tidak bisa berbisnis, tidak bisa berusaha karena itu harus berada dalam kekuasaan. Selain itu, Anies juga dikenal piawai untuk menjalin kata-kata sehingga bisa menyentuh para pemirsanya. Dalam pernyataan penutup pada akhir sesi debat, Anies juga mengungkap retorika yang menyentuh emosi saat menyatakan jutaan rakyat datang datang membawa harapan karena menginginkan ada perubahan kondisi hidup yang lebih baik.

Dalam pernyataannya, dia menyatakan ada orang tua yang di malam hari melihat anaknya tidur dalam kondisi miskin, dia melihat sambil membayangkan akankah anak saya tetap miskin seperti ini kelak bisakah mereka hidup lebih baik. "Perjalanan spiritual bagi kami setiap jabat tangan setiap pelukan membawa pesan pesan yang mereka sampaikan sebagai titipan yang ingin Indonesia yang lebih baik," kata Anies. Selanjutnya, faktor ethos Anies Baswedan diperoleh 21 data yang didominasi dengan unsur otoritas dan diikuti dengan kredibilitas. Anies menyatakan otoritas jika terpilih sebagai presiden dengan menyebutkan bahwa posisi presiden sebagai panglima tertinggi harus memiliki standar etika yang amat tinggi karena dia akan mengambil keputusan mengerahkan pasukan dan ketika harus bertempur ada korban nyawa itu. Ada pula unsur kredibilitas yang muncul dalam 8 data berupa upaya memastikan adanya bantuan hukum untuk masyarakat dengan mempersiapkan layanan online bagi masyarakat yang membutuhkan pendampingan kuasa hukum secara gratis. Anies menguatkan kredibilitas sebagai sosok yang antikorupsi dengan menyatakan memberantas praktik korupsi hingga tuntas serta menjunjung tinggi etika. Kredibilitas juga tampak dari upayanya menjamin kebebasan Palestina lewat diplomasi karena Indonesia terus berusaha memperjuangkan penghapusan di muka bumi.

3.2 Retorika Prabowo Subianto

Dalam tiga sesi debat, retorika Capres Prabowo Subianto didominasi oleh faktor pathos yang tercatat mencapai 28 data dengan unsur emosi dan persuasi yang lebih menonjol.

Prabowo Subianto					
Ethos		Pathos		Logos	
Kredibilitas	5	Emosi	11	Argumentasi	3
Otoritas	9	Nilai	3	Bukti	3
Karakter	3	Persuasi	14	Fakta	7
Total	17		28		13

Unsur emosi terlihat ketika Prabowo merespons pernyataan dari capres Anies Baswedan yang mengeluhkan praktik demokrasi di Indonesia. Ketika itu Prabowo menyinggung soal posisi Anies sebagai Gubernur DKI yang diusung oleh Partai Gerindra yang dipimpinnya. Unsur emosi juga terlihat ketika keberadaan cawapres Gibran Rakabuming Raka turut disentil oleh Anies Baswedan. Menurut Prabowo, bila rakyat tidak menyukai pasangan Prabowo dan Gibran, maka tidak perlu memilih mereka. "Saya tidak takut tidak punya jabatan, Mas Anies," kata Prabowo saat itu. Unsur emosi kembali muncul saat Prabowo menyatakan Indonesia perlu dipimpin oleh orang yang bukan sekadar pintar ngomong. Pernyataan itu dilontarkan beberapa kali dalam sesi debat dengan Anies Baswedan. Menurut Prabowo, negara saat ini melihat ke Indonesia karena dinilai berhasil membangun perekonomian yang tidak sekadar bercakap. Bahkan, Prabowo membuat istilah sendiri yang belakangan justru ramai dibahas masyarakat yaitu omon-omon. "Jadi tidak hanya omon, omon, omon kerjanya omon saja tidak bisa," ujar Prabowo.

Saat berbicara tentang alutsista bekas, Prabowo turut melontarkan pernyataan dengan nada yang cukup tinggi pada Anies. "Tidak pantas profesor ngomong begitu ya karena dalam pertahanan hampir 50% alat-alat (alutsista) di manapun adalah bekas tapi usianya masih muda," ujar Prabowo.

Selain emosi, faktor pathos dengan unsur persuasi juga kuat dalam retorika Prabowo Subianto. Dalam tiga kali sesi debat capres, Prabowo justru lebih dominan melakukan upaya persuasi. Selain itu, Prabowo juga melancarkan langkah persuasi dengan menyatakan akan memberikan ribuan beasiswa ke luar negeri untuk ilmu kedokteran, sains, dan teknologi. Ini termasuk juga janji untuk memperbaiki gaji guru serta menyejahterakan ASN serta TNI/Polri. Sedangkan, untuk pengembangan budaya, Prabowo menyebutkan akan menyiapkan dana abadi budaya untuk memberi dukungan pada para pelaku budaya tanah air, serta memastikan akan merekrut para penyandang disabilitas dalam pemerintahan. Selanjutnya, unsur kredibilitas menjadi faktor yang dominan dalam ethos Prabowo. Dengan jabatan sebagai seorang menteri pertahanan, Prabowo menekankan otoritasnya dengan memastikan kekuatan militer tetap menjadi modal utama bangsa terutama agar tidak terjadi peristiwa yang dialami Palestina yang dijajah Israel. Poin pertahanan dan keamanan kembali muncul dalam pembahasan tentang ekonomi negara yaitu hanya dengan kekuatan, Indonesia akan dihormati dan mampu mengamankan perekonomian. Sementara dengan posisi sebagai ketua umum partai, Prabowo menyatakan otoritasnya ketika turut mensponsori undang-undang disabilitas serta mendorong untuk lolos di DPR termasuk pula berkomitmen memberi pendidikan khusus dan fasilitas ketika mengirim tim olahraga ke olimpiade disabilitas.

Ketika bicara dengan posisinya sebagai menteri pertahanan, Prabowo berusaha memperkuat kredibilitas dengan menyatakan berpegang pada doktrin strategi nasional serta kepentingan negara dan rakyat Indonesia termasuk bila dia terpilih menjadi presiden maka dipastikan hubungan dengan negara lain akan dilakukan dengan kadar yang tepat dengan menerapkan politik bebas aktif. Faktor logos sendiri kurang dominan dalam retorika Prabowo. Pemaparan bukti dan fakta tampaknya tidak menjadi prioritas dalam strategi retorika Prabowo. Data yang dikeluarkan masih terkait dengan program yang diusung di antaranya soal kekurangan tenaga dokter sekitar 140 ribu orang serta layanan rumah sakit yang kurang memadai di wilayah Indonesia

bagian timur. Data lain yang cukup detail dipaparkan terkait pengelolaan APBD DKI yang digunakan untuk menjawab pertanyaan seputar isu lingkungan dan polusi di Jakarta. Sementara data lain yang cukup detail diberikan terkait dengan alat perang bekas yang menjadi target pertanyaan para capres lain. Sementara unsur fakta yang dimunculkan masih terkait dengan kemajuan pembangunan di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo di antaranya mengungkap keberhasilan penciptaan lapangan kerja serta menciptakan pertumbuhan ekonomi yang bermutu dan berkelanjutan serta keberhasilan Indonesia untuk membayar utang luar negeri. Fakta lain yang diungkap masih terkait juga dengan posisinya sebagai menteri pertahanan soal penggunaan alat militer bekas di zaman Presiden Soekarno.

3.3 Retorika Ganjar Pranowo

Dalam strategi retorikanya, Ganjar Pranowo tampak berimbang menghadirkan unsur logos dan pathos. Ini terlihat dari data pathos yang diperoleh sebanyak 27 poin yang didominasi unsur persuasi. Sedangkan unsur logos dengan 31 data tampak menonjol dari sisi argumentasi dan fakta.

Ganjar Pranowo					
Ethos		Pathos		Logos	
Kredibilitas	5	Emosi	6	Argumentasi	12
Otoritas	6	Nilai	9	Bukti	6
Karakter	7	Persuasi	12	Fakta	12
Total	18		27		30

Selama tiga sesi debat capres, ada 13 data argumentasi yang diperoleh saat membahas isu HAM, konflik Papua hingga tragedi Kanjuruhan. Porsi argumentasi terbesar muncul dari isu kesehatan dan pendidikan. Ganjar menyoroti persoalan gizi dan kesehatan yang dialami oleh sebagian besar rakyat Indonesia seperti masalah stunting serta persoalan anemia yang dialami sebagian besar perempuan Indonesia. Terkait pendidikan, Ganjar menekankan pentingnya persepsi bahwa pendidikan merupakan investasi, bukan satu pemborosan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ada program dari paslon nomor urut tiga ini lewat program satu keluarga miskin satu sarjana. Strategi retorika Ganjar pun didukung dengan pemaparan fakta yang terbilang detail. Data cukup detail diungkapkan terutama dalam isu pertahanan keamanan berupa anggaran Kementerian Pertahanan yang terus mengalami peningkatan. Nmaun, di sisi lain, anggaran pertahanan belum juga dianggap ideal. Ganjar turut menyinggung pula soal penurunan peringkat Global Peace Index dan Global Militarization Index Indonesia. Selain itu, Ganjar turut mengangkat program internet gratis untuk pendidikan dan UMKM sebagai solusi untuk ribuan desa yang saat ini masih dalam kondisi blank spot. Sedangkan unsur bukti diberikan sesuai dengan latar belakangnya sebagai gubernur Jawa Tengah yaitu dengan menerapkan aplikasi bimbingan teknis secara daring dan pemberian gaji sesuai UMP untuk tenaga pendidik. Sementara untuk unsur pathos, data yang diperoleh mendekati unsur logos yaitu mencapai 27 data. Dalam hal ini ada 12 data persuasi yang mendominasi dibandingkan data emosi dan nilai. Dalam persuasi, Ganjar melontarkan pernyataan yang intinya berusaha menarik perhatian pemilihnya. Dalam sesi debat ketiga, Ganjar menekankan pernyataan yang intinya tidak akan mengecewakan rakyat, mandat rakyat adalah amanah suci, rakyat merupakan sumber energi serta mengungkapkan tiga janjinya yaitu taat kepada Tuhan, patuh pada hukum dan keadilan serta setia kepada rakyat. Janji untuk menjaga demokrasi turut dilontarkan Ganjar di antaranya bahwa menjalankan demokrasi sesuai amanah reformasi, menjaga proses politik demokrasi dengan baik serta upaya melawawn politik dinasti. Sementara unsur emosi tampak tidak terlalu dominan dalam sisi logos Ganjar. Sedangkan unsur nilai muncul ketika Ganjar menyentil soal

pemerintah yang mau menerima kritik, menolak praktik korupsi dan nepotisme serta pemimpin yang sederhana serta kebijakan yang harus berpihak kepada pihak yang lemah.

Untuk ethos, retorika Ganjar cukup berimbang antara unsur kredibilitas, otoritas, dan karakter. Untuk sisi kredibilitas, Ganjar memaparkan pengalamannya dalam pemerintahan seperti berusaha membebaskan pekerja imigrasi yang bermasalah serta menjadi ketua pansus undang-undang partai politik. Dari sisi otoritas, Ganjar menegaskan kepastian hukum hingga jaminan pendidikan termasuk upaya untuk menghentikan liberalisasi pendidikan. Sementara upaya melawan politik dinasti serta langkah untuk mengadili para pelanggar hak asasi manusia menjadi isu utama dalam sisi karakter. Ketiga capres memiliki strategi untuk meyakinkan para pemilihnya lewat perjalanan karier politik yang telah dijalani sebelum memasuki kancah pencapresan 2024. Dengan rekam jejak di bidang politik dan pemerintahan, tiap capres telah memiliki karakter tersendiri yang digunakan untuk menarik perhatian para pemilih. Seperti Anies Baswedan yang memiliki karakter kuat sebagai sosok yang pintar berbicara. Bahkan, dia mendapatkan julukan sebagai *The Real King of Rhetoric* (Fallahnda, 2023). Dengan latar belakang seorang akademisi, Anies memiliki kemampuan untuk mengolah pesan yang akan disampaikan dengan tertata. Bahkan, kalimat yang digunakan tersebut berirama dan sangat tertata (Palupi, 2023) seperti yang terlontar dalam momen debat capres:

Setiap pelanggaran hukum harus dihukum. Karena pelanggaran hukum bisa menular, dan lama-lama bisa dianggap benar.

*Kebebasan berpendapat akan dijamin. Kita tidak mengizinkan lagi situasi di mana orang takut. Maka itu saya sampaikan, *Wakanda No More, Indonesia Forever*.*

Kemampuan berbicara itu pula yang mengantarkan Anies Baswedan memiliki rekam jejak dalam kancah politik. Dalam konteks kampanye politik, Cangara mengungkapkan salah satu strategi kemenangan adalah dengan cara menyusun pesan kampanye dengan tepat dan efektif yang berbentuk informatif, persuasif serta propaganda (Aryadillah & Fitriansyah, 2022). Ketika melakukan komunikasi politik dalam debat, Anies memberikan porsi yang utama pada unsur logos dengan menghadirkan banyak data untuk memperkuat argumentasinya. Selanjutnya, sesuai dengan strategi komunikasi yang efektif, Anies memberikan porsi yang berimbang antara unsur pathos yang bertujuan untuk menyentuh emosi audiens. Unsur pathos pun menjadi catatan penting yang menjadikan retorika Anies Baswedan disebut menyentuh banyak orang. Seperti pernyataan yang diungkap dalam momen debat:

Ada orang tua yang di malam hari melihat anaknya tidur dalam kondisi miskin, dia melihat sambil membayangkan akankah anak saya tetap miskin seperti ini kelak bisakah mereka hidup lebih baik.

Perjalanan spiritual bagi kami setiap jabat tangan setiap pelukan membawa pesan, pesan yang mereka sampaikan sebagai titipan yang ingin Indonesia yang lebih baik.

Menariknya, dalam sesi debat juga, audiens dibuat terkejut dengan penampilan Anies yang dinilai berani untuk menyerang capres lain yaitu Prabowo Subianto terutama dalam sesi debat dengan tema pertahanan keamanan terkait posisinya sebagai menteri pertahanan keamanan. Aksi Anies itu dianggap sebagai pembeda dari capres lain sehingga dinilai memunculkan sisi lain dari strategi retorika Anies Baswedan selama ini yang dinilai santun dan tertata. Strategi berbeda dihadirkan oleh Prabowo Subianto. Dalam momen debat capres, Prabowo lebih banyak menghadirkan unsur pathos lewat pernyataan dan gesturnya. Dampak dari pathos terhadap audiens bisa sangat besar. Hal ini dapat membangkitkan berbagai emosi seperti kegembiraan, cinta, gairah, kesedihan, kemarahan, atau rasa kasihan, yang secara signifikan dapat mempengaruhi respons audiens terhadap pesan (Gagich & Zickel, 2024).

Strategi pathos menjadi andalan Prabowo dalam menarik simpati publik. Unsur emosi terlihat ketika Prabowo menjawab cecaran pertanyaan dari capres lain. Tidak hanya lewat kata-kata, emosi juga tampak ketika Prabowo menggunakan gestur yang mirip orang menari untuk menjawab pertanyaan. Namun, sejatinya unsur pathos paling efektif bila diimbangi dengan logos dan ethos. Argumen yang hanya mengandalkan daya tarik emosional tanpa alasan logis atau kredibilitas mungkin tidak cukup persuasif dalam jangka panjang. Pathos bekerja paling baik bila melengkapi argumen yang masuk akal dan berasal dari pembicara yang telah

membangun kepercayaan dengan audiens. Akan tetapi, hal ini tampaknya kurang menjadi poin utama dalam strategi komunikasi Prabowo. Dalam sesi debat, Prabowo dianggap minim data bila dibandingkan dua capres lainnya bahkan Prabowo dinilai berusaha melindungi posisinya sebagai bagian dari pemerintah terutama dengan jabatan sebagai menteri pertahanan keamanan (Lee, 2024).

Sikap defensif juga diperlihatkan Prabowo ketika posisi cawapresnya Gibran Rakabuming Raka turut dipermasalahkan oleh kedua capres yang lain. Prabowo cenderung membela tanpa memberikan argumentasi kuat terhadap legalitas hukum cawapresnya dan hanya menyerahkan kembali pilihan tersebut pada para pemilih.

Terkait mahkamah konstitusi, mengembalikan pada masyarakat dengan menyatakan aturan yang sudah jelas, serta rakyat kita melihat dan sudah pandai.

Kalau rakyat tidak suka Prabowo dan Gibran, enggak usah pilih kami, saudara sekalian. Dan saya tidak takut tidak punya jabatan, Mas Anies.

Di luar arena debat, dominasi emosi Prabowo masih muncul hingga menjadi perbincangan publik. Salah satunya ketika Prabowo disebut tidak bersalaman dengan Anies dalam debat kedua capres yang mengusung tema pertahanan, keamanan, politik luar negeri, hubungan internasional, dan geopolitik. Di sisi lain, Prabowo juga dinilai cukup menarik perhatian publik ketika menghadirkan gimik kocak seperti menggunakan kata-kata ‘Sorry ye’ atau ‘Mas Anies, Mas Anies’ yang belakangan ramai diperbincangkan di media sosial.

Sedangkan Ganjar Pranowo dinilai telah memulai komunikasi politik sejak menjabat sebagai gubernur Jawa Tengah selama dua periode. Dia dinilai berhasil menjalin komunikasi politik lewat media sosial Instagram yang saat ini memiliki sekitar 6,7 juta pengikut yang menarik perhatian dengan kutipan pernyataan yang terdapat di akun Instagramnya: Tuanku ya Rakyat, Jabatan Cuma Mandat (Rahmah, 2021).

Dalam sesi debat capres, Ganjar Pranowo cukup berimbang menghadirkan seluruh unsur dalam retorika yaitu ethos, pathos dan logos. Akan tetapi, unsur logos tampak lebih dominan dengan pemaparan data yang detail saat memberikan argumentasi pada lawan debatnya. Ganjar melancarkan strategi komunikasi persuasif dengan memberikan data sesuai kapasitasnya sebagai gubernur ketika menjawab pertanyaan dalam sesi debat.

Proyek-proyek strategis nasional yang ada di Jawa Tengah, sudah dibereskan. Merancang karena ingin menjemput 2045 sebagai negara maju, negara unggul.

Guru diberi gaji sesuai UMP di Jawa Tengah, UMK yang ada di Jawa Tengah tambah 10% baru didorong proses sertifikasi dan peningkatan kapasitas.

Ada aplikasi bolpen (bimbingan teknis online dan pendampingan) untuk memberikan bantuan kepada guru memanfaatkan teknologi.

Ganjar juga terlihat lebih mampu mengelola emosinya sepanjang debat. Saat terjadi debat sengit antara Prabowo Subianto dan Anies Baswedan, Ganjar dinilai berstrategi menjadi penengah meski pada akhirnya juga sempat melakukan serangan bersama Anies Baswedan terhadap Prabowo. Saat melakukan sesi tanya jawab dengan Prabowo, tim Ganjar bisa dibalang mempersiapkan data dengan matang sehingga cukup detail memberikan argumentasi adanya masalah dalam anggaran Kementerian Pertahanan yang dipimpin oleh Prabowo Subianto. Serangan terhadap Prabowo pun cukup gencar dilancarkan dengan mengungkit pernyataan Presiden Jokowi ketika mengikuti sesi debat menghadapi Prabowo saat Pilpres 2019: Lima tahun lalu Debat Capres 2019, Jokowi menyampaikan dan mengingatkan untuk tidak memilih calon yang punya potongan diktator dan otoriter, rekam jejak penggar HAM, melakukan kekerasan, dan masalah korupsi.

Di sisi lain, Ganjar melakukan langkah persuasif dengan menyatakan berulang kali bahwa rakyat menempati posisi teratas sedangkan dirinya hanyalah sebagai pelaksana.

Tiga janji: taat kepada Tuhan, patuh kepada hukum dan keadilan dan setia kepada rakyat.

Kami tidak akan mengecewakan rakyat.

Rakyat merupakan sumber energi kami, ruang-ruang terbuka yang mesti diakomodasi mereka adalah detak jantung kami.

Mandat rakyat adalah amanah suci.

Sementara untuk memperkuat sisi kredibilitas, Ganjar mengungkap perjalanan karier politik sebagai anggota DPR dan jabatan gubernur Jawa Tengah selama dua periode. Namun, strategi retorika Ganjar sendiri bisa dibilang tidak terlalu mampu menyedot perhatian publik dan menjadi bahan perbincangan bila dibandingkan dengan kedua capres yang lain.

4. Kesimpulan

Dalam pemilihan presiden, ajang debat menjadi salah satu peristiwa yang dinanti para pemilih. Dalam debat calon presiden 2024, ajang ini menjadi pertarungan ide dan gagasan para kandidat. Dengan dukungan tim komunikasi, para capres memberikan penampilan terbaik yang terlihat dari strategi retorika yang diberikan saat debat berlangsung. Untuk ajang debat 2024, tiap capres melakukan strategi retorika yang berbeda. Anies Baswedan lebih dominan dengan unsur logos yang bermakna lebih banyak memberikan fakta dan data dalam argumentasi. Sedangkan Prabowo Subianto cenderung kuat dengan unsur pathos dengan sisi emosi yang dominan. Sementara Ganjar Pranowo memberikan porsi yang berimbang untuk unsur pathos dan logos. Terlepas dari pemenang pilpres, strategi komunikasi yang tepat tetap dibutuhkan untuk memberikan pesan dan informasi yang tepat pada masyarakat. Penelitian lebih lanjut terkait sosiologi dan psikologi audiens dibutuhkan untuk para pemimpin agar dapat melakukan komunikasi persuasif yang efektif dan berkesinambungan pada masyarakat.

Bibliografi

- Aisyah, M. (2022). Ethos, Pathos, Logos Dan Komunikasi Publik. *Jurnal Darma Agung*, 30(3).
- Arrianie, L. (2023). Government Political Rhetoric and Communication in the Practice of Government Implementation. 3(3), 319–329.
- Aryadillah, & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Jurnal Public Relations JPR*, 3(1), 87–92.
- Detik. (2023). Kata Ganjar Pranowo Usai Resmi Diusung Jadi Capres PDIP. Detik.Com. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-6684565/kata-ganjar-pranowo-usai-resmi-diusung-jadi-capres-pdip>
- Dilla, A. N., & Candraningrum, D. A. (2019). Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta. *Koneksi*, 3(1), 199–206.
- Dow, J. (2015). *Passion and Persuasion in Aristotle's Rhetoric*. Oxford University Press.
- Fallahnda, B. (2023, December 13). Arti Retorika Anies Baswedan pada Debat Capres Pertama. *Tirto.Id*.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16.
- Fikry, A. (2020). Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia. *Jurnal AL-AZHAR Indonesia Seri Humaniora*, 5(3).
- Gagich, M., & Zickel, E. (2024). *Rhetorical Appeals: Logos, Pathos, and Ethos Defined*. Pressbooks.
- Haryono, R. (2019). *Diskursus Bahasa Kampanye*. Republika, 6.
- Hidayat, S. (2021). Analisis Retorika Gibran Rakabuming Pada Panggung Debat Pilwalkot Solo 2020. *Media Komunikasi FPIPS*, 20(2), 61. <https://doi.org/10.23887/mkfis.v20i2.31864>
- Ilham, R., & Samatan, N. (2021). Retorika Stand Up Comedy dan Public Speaking Komunitas Stand Up Indo Lampung. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*, 4(1).
- Lee, A. (2024, January 8). Di Debat Capres, Beda Gaya Komunikasi Anies, Prabowo, dan Ganjar Makin Terlihat. *Kompas.Id*.

- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Maslava, V. A. (2019). COMMUNICATION AND CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN THE VIEW OF LANGUAGE TEACHING. Semantic Scholar.
- Oebaidillah, S. (2022). Pencapresan Anies Baswedan Oleh NasDem Pantik Banyak Dukungan. Mediaindonesia.com.
- Palupi, D. K. (2023, December 13). Kiky Saputri Tanggapi Hasil Debat Capres Pertama, Anies Baswedan The Real King of Retorica. Jawapos.Com.
- Pamungkas, A. (2022). Pemasaran Retorika Politik dalam Iklan Baliho Tokoh Politik Indonesia. Kalijaga Journal of Communication, 4(2).
- Polpum. (2023). KPU Tetapkan Jadwal Kampanye hingga Masa Tenang Pemilu 2024. Polpum.Kemendagri.Go.Id. <https://polpum.kemendagri.go.id/kpu-tetapkan-jadwal-kampanye-hingga-masa-tenang-pemilu-2024/>
- Pratama, G. (2024). Catat! Jadwal dan Tema Debat Ketiga Capres 2024. Infobanknews. <https://infobanknews.com/catat-jadwal-dan-tema-debat-capres-2024-ketiga/>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing.
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94–101.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). Metode Penelitian Komunikasi. Simbiosis Rekatama Media.
- Rapp, C. (2022). Aristotle's Rhetoric. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/>
- Ridho, F. B., Tomohardjo, I., Buana, U. M., Meruya, J., Kembangan, S., & Barat, J. (2022). Volume V No I (2022). V(I).
- Saxena, S., Rastogi, P., Gupta, S., & Nesamony, S. R. (2022). Role of Communication Skills: A Review. World Journal of English Language.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Sanata Dharma.