



Menganalisis Retorika Kemenangan Presiden Prabowo Dalam Membangun Narasi Nasional

Yunus Dama¹

Ayu Ismail²

Fairuzia³

Fatmawati Mobiliu⁴

Yunima I. Hasan⁵

Sri Susanti A. Kunuti⁶

Sri Abelia Noho⁷

*¹Jurusan Bahasa Dan Sastra
Indonesia, Fakultas Sastra Dan
Budaya, Universitas Negeri
Gorontalo

*email: yunus.dama@ung.ac.id¹
ismailayu928@gmail.com²
Fairuziaismail@gmail.com³
fatimamobiliu@gmail.com⁴
yunimahasan2@gmail.com⁵
susantikunuti@gmail.com⁶
sriabelianoho325@gmail.com⁷

Abstrak

Prabowo Subianto, salah satu kandidat dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019-2024, merupakan tokoh dengan latar belakang beragam dalam bidang militer, politik, dan bisnis. Sebagai bagian dari strategi kampanye, ia menyampaikan pidato kebangsaan yang bertujuan memaparkan visi dan misi serta memengaruhi opini publik agar mendukung pencalonannya. Keberhasilan pidato tersebut sangat ditentukan oleh penggunaan retorika yang efektif, meliputi pengelolaan pesan yang strategis dan penyampaian persuasif. Dalam komunikasi politik, retorika adalah seni menyampaikan argumen secara terstruktur untuk meyakinkan audiens, yang didasari oleh pendekatan Aristoteles melalui tiga elemen utama: ethos, pathos, dan logos. Penelitian ini memakai metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis pidato kebangsaan Prabowo yang diunggah di kanal YouTube tvOne. Analisis menunjukkan bahwa Prabowo berhasil mengintegrasikan ethos, pathos, dan logos. Ethos tampak dari kredibilitasnya sebagai figur publik, pathos terlihat dalam kemampuannya menggugah emosi audiens, dan logos hadir melalui argumen yang logis dan terstruktur. Struktur sebab-akibat pada pola pesan memperkuat kejelasan pidato. Penelitian ini juga menyoroti peran platform digital seperti YouTube dalam memperluas jangkauan komunikasi politik. Temuan ini memberikan kontribusi bagi studi komunikasi politik, khususnya tentang bagaimana retorika dapat memperkuat koneksi emosional, kredibilitas, dan penyampaian visi pemimpin secara efektif.

Kata kunci: Retorika politik; Pidato kebangsaan; Ethos; pathos; logos; Komunikasi persuasif; Strategi kampanye digital



Received: 5 September 2024

Accepted: 10 September 2024

Published: 30 September 2024

doi:



© 2024 oleh authors. Lisensi **Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya**, Universitas Negeri Gorontalo. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract

Prabowo Subianto, one of the candidates in the 2019-2024 Presidential Election of the Republic of Indonesia, is a figure with a diverse background in military, politics and business. As part of his campaign strategy, he delivered a national speech aimed at presenting his vision and mission and influencing public opinion to support his candidacy. The success of the speech was largely determined by the use of effective rhetoric, including strategic message management and persuasive delivery. In political communication, rhetoric is the art of delivering arguments in a structured way to convince the audience, which is based on Aristotle's approach through three main elements: ethos, pathos, and logos. This research uses a descriptive qualitative method to analyze Prabowo's national speech uploaded on tvOne's YouTube channel. The analysis shows that Prabowo successfully integrated ethos, pathos, and logos. Ethos can be seen in his credibility as a public figure, pathos can be seen in his ability to evoke the audience's emotions, and logos comes through logical and structured arguments. The cause-and-effect structure of the message pattern reinforces the clarity of the speech. This research also highlights the role of digital platforms such as YouTube in expanding the reach of political communication. The findings contribute to the study of political communication, particularly on how rhetoric can strengthen emotional connection, credibility, and effective delivery of a leader's vision.

Keywords: Political rhetoric; National speech; Ethos; pathos; logos; Persuasive communication; Digital campaign strategy



PENDAHULUAN

Prabowo Subianto, sebagai salah satu calon presiden Republik Indonesia periode 2019-2024, merupakan tokoh yang memiliki latar belakang yang kaya dalam berbagai bidang, termasuk militer, politik, dan bisnis. Dalam upayanya maju sebagai calon presiden, Prabowo menyampaikan pidato kebangsaan sebagai salah satu strategi untuk memperkenalkan visi dan misinya kepada masyarakat. Pidato ini bertujuan untuk memengaruhi dan mempersuasi publik agar mendukung pencalonannya. Efektivitas pidato tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan retorika, yang mencakup penyusunan pesan secara strategis dan penyampaiannya secara persuasif. Jika pidato tersebut disampaikan dengan baik, maka pesan yang terkandung di dalamnya akan lebih mudah dipahami dan diterima oleh khalayak.

Dalam ilmu komunikasi, retorika dipahami sebagai seni berbicara dan menyusun argumen yang efektif untuk memengaruhi audiens. Retorika, sebagaimana dijelaskan oleh Aristoteles, melibatkan tiga elemen utama yaitu ethos, pathos, dan logos. Ethos merujuk pada kredibilitas dan karakter pembicara; pathos mengacu pada kemampuan membangkitkan emosi audiens; sedangkan logos berhubungan dengan penggunaan logika dan bukti yang meyakinkan. Ketiga elemen ini menjadi dasar dalam membangun komunikasi yang persuasif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis retorika Prabowo Subianto dalam pidato kebangsaan yang diunggah melalui kanal YouTube tvOne. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen retorika yang digunakan oleh Prabowo serta pola penyampaian pesan dalam pidatonya. Berdasarkan analisis, Prabowo mampu memenuhi ketiga elemen retorika tersebut. Ethos terlihat dari kredibilitas dan niat baiknya sebagai pemimpin, pathos tercermin dalam kemampuannya menggerakkan emosi audiens, dan logos diwujudkan melalui penyampaian argumen yang logis dan terstruktur. Selain itu, pola pesan dalam pidato Prabowo mengikuti struktur sebab-akibat, yang memperkuat kejelasan dan daya tarik pesan yang disampaikan.

Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana retorika digunakan dalam komunikasi politik, khususnya dalam konteks pidato seorang calon pemimpin. Temuan ini juga menyoroti pentingnya platform digital seperti YouTube dalam memperluas jangkauan komunikasi politik di era modern. Dengan memahami strategi komunikasi yang efektif, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi komunikasi politik serta membantu para pemimpin untuk meningkatkan kemampuan retorika mereka.



METODE

Penelitian ini menganalisis penggunaan retorika oleh Prabowo Subianto dalam pidato kebangsaan yang disiarkan melalui kanal YouTube tvOne dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi elemen retorik berdasarkan teori Aristoteles, yakni ethos, pathos, dan logos. Hasil analisis menunjukkan bahwa Prabowo Subianto berhasil mengaplikasikan ketiga elemen tersebut, meliputi niat baik, argumentasi logis, dan penggerakan emosi audiens. Selain itu, struktur penyampaian pesannya memanfaatkan pola sebab-akibat. Temuan ini memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi politik yang efektif dalam membangun dukungan masyarakat terhadap seorang calon pemimpin. Dalam konteks pemilihan umum, pidato kemenangan menjadi momen penting yang mencerminkan keberhasilan kandidat memperoleh dukungan publik. Pada Februari 2024, Indonesia menghadapi persaingan politik yang ketat dalam Pemilu. Salah satu peristiwa penting dari Pemilu tersebut adalah pidato kemenangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka yang disiarkan melalui channel YouTube CNBC Indonesia pada Rabu, 14 Februari 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif penggunaan retorika politik oleh Prabowo Subianto selama kampanye Pemilu 2019. Fokus utama penelitian adalah penerapan teori retorika Aristoteles, yang mencakup tiga elemen kunci: ethos, logos, dan pathos. Melalui pendekatan deskriptif-kualitatif, analisis mendalam dilakukan terhadap teks pidato Prabowo untuk memahami cara elemen-elemen ini diaplikasikan dalam menyampaikan pesan politiknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Prabowo secara efektif memanfaatkan ketiga elemen tersebut untuk membangun narasi yang menggugah emosi rakyat, memperkuat kredibilitas, dan meraih dukungan pemilih.

Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana Prabowo Subianto sebagai salah satu tokoh politik terkemuka di Indonesia mengaplikasikan prinsip-prinsip retorika Aristoteles. Elemen-elemen seperti ethos, yang menekankan kredibilitas pembicara; pathos, yang memengaruhi emosi audiens; dan logos, yang berfokus pada logika dan bukti, menjadi strategi utama dalam komunikasi politiknya. Dalam konteks politik Indonesia yang dinamis, penerapan elemen-elemen ini tidak hanya relevan, tetapi juga memberikan pengaruh signifikan terhadap opini publik dan elektabilitasnya. Melalui ethos, pathos, dan logos, Prabowo membangun hubungan emosional dengan masyarakat sekaligus memperkuat persepsi positif terhadap dirinya sebagai pemimpin.

Selain itu, penelitian ini menghubungkan penerapan retorika Aristoteles dengan efektivitas strategi kampanye Prabowo dan membandingkannya dengan pesaingnya, Joko Widodo. Dengan memanfaatkan ethos untuk menonjolkan citra kepemimpinan, pathos untuk menggugah emosi, dan logos untuk menyampaikan argumen logis, Prabowo berhasil menciptakan citra sebagai pemimpin yang berpihak pada rakyat. Strategi ini tidak hanya



bertujuan meraih simpati publik tetapi juga membangun kepercayaan pemilih terhadap kemampuannya memimpin bangsa.

Penggunaan pendekatan populisme juga menjadi salah satu strategi utama Prabowo dalam kampanye Pemilu 2019. Melalui narasi populis yang menciptakan dikotomi antara "rakyat murni" dan "elit korup", Prabowo menggambarkan dirinya sebagai pembela rakyat yang memperjuangkan keadilan sosial dan melawan ketimpangan ekonomi. Pola ini sejalan dengan teori populisme Cas Mudde, yang menekankan perlawanan terhadap elit yang dianggap tidak berpihak pada kepentingan rakyat. Dalam pidato-pidatonya, Prabowo sering kali menyoroti ketidakadilan sosial, ketimpangan ekonomi, dan dominasi asing sebagai isu utama untuk menggugah emosi audiens, khususnya pemilih yang merasa terpinggirkan oleh sistem politik yang ada.

Narasi populis ini berhasil menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens, terutama di kalangan masyarakat yang merasa tidak puas dengan kebijakan pemerintah saat itu. Kritik Prabowo terhadap kebijakan pemerintah yang dinilai hanya menguntungkan segelintir pihak juga memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang berpihak pada rakyat kecil. Populisme ini tidak hanya menjadi tema sentral pidato-pidatonya tetapi juga landasan untuk mengkonstruksi identitas politiknya sebagai sosok yang berkomitmen pada perubahan dan keadilan sosial.

Prinsip-prinsip retorika Aristoteles, seperti logos, ethos, dan pathos, tetap relevan dalam konteks wacana publik kontemporer. Logos, misalnya, mengacu pada penyampaian argumen yang logis dan terstruktur. Dalam pidatonya, Prabowo menyajikan data dan fakta untuk mendukung klaimnya, memenuhi kebutuhan rasional audiens. Ethos, yang berfokus pada kredibilitas pembicara, diperlihatkan melalui latar belakang militernya yang kuat, yang mencerminkan wibawa dan kompetensi. Pathos, di sisi lain, dimanfaatkan untuk membangun koneksi emosional dengan audiens melalui narasi yang menyentuh sisi kemanusiaan dan rasa keadilan.

Pidato-pidato Prabowo juga menunjukkan pemanfaatan humor politik sebagai pendekatan baru dalam kampanye, terutama di era digital. Media sosial menjadi platform utama untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye yang kreatif dan menarik. Strategi humor ini digunakan untuk meredakan ketegangan, mengubah narasi negatif, dan menciptakan suasana kampanye yang positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa humor politik efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens, meredakan kritik, dan membangun citra yang ramah. Penggunaan humor yang tepat juga memperlihatkan adaptasi kampanye terhadap dinamika politik yang terus berubah.

Penelitian lebih lanjut menyoroti pidato kemenangan Prabowo Subianto pada 21 Maret 2024 di kediamannya di Jakarta Selatan, yang dianalisis menggunakan teori Dramatisme Kenneth Burke. Teori ini memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana elemen retorika digunakan untuk membingkai narasi kemenangan. Pentad



Analysis, yang terdiri dari lima elemen utama—aktor (agent), tindakan (act), latar (scene), cara (agency), dan tujuan (purpose)—digunakan untuk mengurai struktur retorika dalam pidato tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa Prabowo memanfaatkan semua elemen ini untuk memperkuat pesan kemenangannya.

Pidato kemenangan Prabowo mencakup berbagai elemen retorika, termasuk kiasan, pertanyaan retorik, dan anekdot sejarah. Elemen-elemen ini digunakan untuk menggugah kesadaran audiens tentang tantangan bangsa sekaligus menyerukan persatuan dan tindakan kolektif. Struktur pidato yang terorganisasi dengan baik, mulai dari pengantar, pernyataan visi, identifikasi masalah, hingga ajakan bertindak, menjadikan pidato ini persuasif dan inspiratif. Elemen retorika Aristoteles, seperti ethos, pathos, dan logos, tetap menjadi komponen kunci dalam membangun kredibilitas dan koneksi emosional dengan audiens.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa retorika politik Prabowo Subianto, baik dalam kampanye maupun pidato kemenangannya, menunjukkan efektivitas dalam membangun dukungan publik dan memengaruhi persepsi audiens. Meskipun strategi retorika terbukti berhasil, faktor lain seperti dinamika politik, dukungan partai, dan persepsi publik terhadap kebijakan juga turut menentukan hasil akhirnya. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang pentingnya retorika dalam strategi komunikasi politik, serta rekomendasi untuk penelitian lanjutan guna mengeksplorasi dampak jangka panjang dari strategi-strategi ini dalam konteks budaya yang berbeda.



KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis penggunaan retorika politik Prabowo Subianto selama kampanye Pilpres 2019 dan pidato kemenangannya pada 21 Maret 2024. Analisis deskriptif-kualitatif terhadap pidato-pidatonya menunjukkan pemanfaatan efektif elemen retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) dan teori dramatisme Kenneth Burke (Pentad). Prabowo berhasil membangun narasi yang menggugah emosi (pathos), memperkuat kredibilitas (ethos), dan menyajikan argumen logis (logos), terutama melalui pendekatan populis yang menciptakan dikotomi "rakyat murni" vs "elit korup". Penggunaan humor politik dan struktur pidato yang terorganisir juga berkontribusi pada efektivitas komunikasinya. Meskipun strategi retorika terbukti ampuh, faktor eksternal seperti dinamika politik dan dukungan partai juga memengaruhi hasil akhir. Penelitian ini menyoroti pentingnya retorika dalam komunikasi politik dan merekomendasikan studi lebih lanjut mengenai dampak jangka panjang strategi ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak dapat terlaksana tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih khusus saya sampaikan kepada instansi terkait yang telah memberikan izin serta bantuan yang sangat berarti. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang retorika politik dan komunikasi.



DAFTAR RUJUKAN

- Alwi Dahlan Ritonga. (2020). Mencermati Populisme Prabowo Sebagai Bentuk Gaya Diskursif Saat Kampanye Politik Pada Pemilihan Presiden 2019 Published in Politeia: Jurnal Ilmu Politik .
- Budiarsih, Sri, and Asropah Asropah. "Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Pada Teks Pidato Pelantikan Presiden Terpilih Prabowo Subianto Tahun 2024." *PARAFRASA: JURNAL BAHASA, SASTRA, DAN PENGAJARAN* 6.2 (2024): 7-16.
- CNBC Indonesia. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(3), 172-186.
- Fuadin, Rifai Fatih, and Ghulama Rashif Faza. "ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN DEKLARASI KEMENANGAN PRABOWO GIBRAN PADA CNN INDONESIA. COM DAN POPMAMA. COM." *Merdeka Indonesia Jurnal International* 4.1 (2024): 159-164.
- Isa, A. (2024). Retorika Prabowo Subianto dalam Debat Pertama Pemilihan Presiden 2024. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 16(2), 143-167.
- Kumalasari, R., Sari, LN, Januarista, SC, Yuniawan, T., & Neina, QA (2024). Tindak Tutur Ilokusi pada Video Pidato Kemenangan Prabowo-Gibran di Channel YouTube CNBC Indonesia. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(3), 172-186.
- Ludvianto, M., & Arifani, W. (2020). *RETORIKA PERSUASIF DALAM DEBAT CALON PRESIDEN INDONESIA 2019: SEBUAH ANALISIS KOMUNIKASI PERFORMATIF*.
- Retorika dalam Facebook Kampanye Pemilihan Gubernur." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 6.2 (2017): 149-156.
- RICKY, H. (2014). *PERBANDINGAN RETORIKA PRABOWO SUBIANTO DAN JOKO WIDODO DALAM DEBAT CALON PRESIDEN 2014 (Kasus Retorika Debat Calon Presiden 2014 Mengenai Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial) (Doctoral dissertation, UAJY)*.
- Renanda Afilia Ramdhan. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Politik Humor di Media Sosial dalam Kemenangan Probowo Subianto pada Pemilihan Presiden 2024. *jurnal ilmiah Indonesia*.
- SUBIANTO, PRABOWO. "STUDI RETORIKA PRABOWO SUBIANTO ANALISIS VIDEO (PIDATO KEBANGSAAN."
- Sanjaya, A., Biyoga, S., & Alunaza, H. (2017). Pemimpin Minoritas dan Strategi Retorika Pathos dalam Kampanye: Analisis Isi Deskriptif Pesan Strategi Retorika dalam Facebook Kampanye Pemilihan Gubernur. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(2), 149-156.



Sanjaya, Andika, Suswandoyo Biyoga, and Hardi Alunaza. "Pemimpin Minoritas dan Strategi Retorika Pathos dalam Kampanye: Analisis Isi Deskriptif Pesan Strategi Retorika dalam Facebook Kampanye Pemilihan Gubernur." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 6.2 (2017): 149-156.

Tegar Chakrawala. (2024). ANALISIS RETORIKA PIDATO KEMENANGAN PRABOWO SUBIANTO PADA PEMILU PRESIDEN 2024. *Jurnal word (.doc/.docx)*. KOMUNIKASI/MA/SKRIPSI/1773/.

video "Pidato Kebangsaan Prabowo Subianto" dengan judul STUDI RETORIKA PRABOWO SUBIANTO ANALISIS VIDEO (PIDATO KEBANGSAAN PRABOWO SUBIANTO).

BIODATA

Nama : Yunus Dama, S.Pd., M.Pd.
Alamat Lengkap : Jl. Jalaludin Tantu Desa Isimu Selatan Kec Tibawa Kab
Gorontalo
Nomor Ponsel (WA) : 082230449974

Nama : Ayu Ismail
Alamat Lengkap : Desa Moutong, Kec. Tilongkabila, Kab. Bonebolango
Nomor Ponsel (WA) : 085342019300

Nama : Fairuzia
Alamat Lengkap : Desa Moutong, Kec. Tilongkabila, Kab. Gorontalo
Nomor Ponsel (WA) : 082290473872

Nama : Fatawati Mobiliu
Alamat Lengkap : Desa Helumo, Kec. Suwawa, Kab. Bonebolango
Nomor Ponsel (WA) : 082216805310

Nama : Yunima I. Hasan
Alamat Lengkap : Desa Bube Baru, Kec. Suwawa, Kab. Bonebolango
Nomor Ponsel (WA) : 0895352002123



Nama : Sri Susanti A. Kunuti
Alamat Lengkap : Desa Mountong, Kec. Tilongkabila, Kab. Bonebolago
Nomor Ponsel (WA) : 08785586164

Nama : Sri Abelia Noho
Alamat Lengkap : Desa Tingkohubu, Kec. Suwawa, Kab. Bonebolango
Nomor Ponsel (WA) : 085242691358