

## MEMBEDAH RETORIKA-KOMUNIKASI POLITIK DAN IMPLIKASINYA PADA PEMILU DI TAHUN 2024

Karen Alfa Pontoan<sup>1</sup>, Ambrosius Markus Loho<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Katolik De La Salle Manado, Jl. Kombos-Manado, Manado, Sulawesi Utara, Indonesia  
Email: [kpontoan@unikadelasalle.ac.id](mailto:kpontoan@unikadelasalle.ac.id)

---

### Article History

Received: 03-12-2023

Revision: 09-12-2023

Accepted: 13-12-2023

Published: 15-12-2023

**Abstrak.** Rhetoric or political communication is important for people who are preparing for a political contestation. As we know, rhetoric really needs to be explored in detail, so that the process of gaining votes in the context of elections can be significant. Therefore, the choice of rhetorical models is always needed by contestants. This article aims to dissect the rhetorical models that exist and have become the choice of contestants in an election. The method the author uses is to start from a general description of the rhetorical model, then from there it will be dissected the meaning of this rhetorical model, if it can be the choice of the contestants. In line with that, the result obtained from dissecting these rhetorical models is a combination of the rhetorical models of Aristotle, Lasswell and Interactionalism. From the combination of these models, it will clarify to the contestant the rhetoric he needs to use to achieve his goal of electability or significance in terms of his electability.

**Keywords:** Rhetoric, Political Communication, Legislative, Persuasive

**Abstrak.** Retorika atau komunikasi politik adalah hal penting bagi orang yang sementara mempersiapkan diri untuk sebuah kontestasi politik. Sebagaimana kita ketahui, retorika sangat perlu untuk didalami dengan detail, sehingga proses pemerolehan suara dalam konteks pemilu itu, bisa signifikan. Maka dari itu, pilihan atas model-model retorika selalu diperlukan oleh kontestan. Artikel ini bertujuan membedah model-model retorika yang ada dan telah menjadi pilihan para kontestan dalam sebuah pemilu. Metode yang penulis gunakan adalah berangkat dari deskripsi umum tentang model retorika, kemudian dari situ akan dibedah makna dari model retorika ini, sekiranya bisa menjadi pilihan para kontestan. Sejalan dengan itu, hasil yang diperoleh dari membedah model-model retorika ini adalah sebuah perpaduan antara model retorika Aristoteles, Lasswell dan Interaksionalisme. Dari perpaduan model tersebut, akan memperjelas kepada kontestan tentang retorika yang perlu dia gunakan demi mencapai tujuannya yakni keterpilihan atau signifikansi dalam hal keterpilihannya itu.

**Keywords:** Retorika, Komunikasi Politik, Legislatif, Persuasif

---

**How to Cite:** Pontoan, K. A & Loho, A. M. (2023). Membedah Retorika-Komunikasi Politik dan Implikasinya Pada Pemilu di Tahun 2024. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4 (3), 2454-2464. <http://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.500>

---

### PENDAHULUAN

Pemilu 2024 di Republik Indonesia menjadi perhatian semua kalangan. Hemat penulis, yang tak kalah menariknya adalah bagaimana retorika atau komunikasi politik para kontestan ketika menghadapi publik atau rakyat. Hal ini menjadi semakin menarik karena diyakini bahwa pada akhirnya retorika para kontestan menjadi salah satu kunci utama untuk menarik perhatian

publik dalam keterpilihannya. Di sana akan dilihat apakah publik atau rakyat akan memilih dia atau tidak.

Dalam lintasan sejarah filsafat, Filsuf yang terkenal dan memiliki karya besar dalam hal retorika adalah Aristoteles. Retorika Aristoteles ini biasa dikenal dengan retorika persuasif. Retorika persuasi Aristoteles mengacu pada banyak konsep dan gagasan yang juga dibahas dalam tulisan-tulisannya yang logis, etis dan politis, sehingga retorika dianggap sebagai bagian yang terintegrasi dengan baik dari proses sebuah persuasi. Persuasi adalah sebuah proses yang mengedepankan kemampuan berkomunikasi dengan baik. Oleh karena itu, kita perlu memahami juga bahwa persuasi berawal dari sesuatu yang sederhana, yakni komunikasi - berbicara. Demikian juga jika kita berbicara atau dalam konteks tulisan ini, seorang kontestan pemilu berbicara, hal tersebut sudah merupakan ciri awal seorang subjek saattampil di depan umum. Dengan menguraikan kata-kata dan diartikulasikannya dalam 'bicara', seorang subjek langsung dapat mengetahui apa yang menjadi maksud dan tujuan seseorang.

Sejarah telah mencatat bahwa berbicara (berkata-kata) merupakan kesatuan yang utuh dengan pikiran. Bandingkan pengertian dasar logika yang berasal dari logos (bahasa Yunani), yang memiliki arti: Pikiran dan kata. Dengan demikian maka berbicara adalah murni artikulasi dari pikiran seorang subjek dalam kapasitasnya sebagai subjek berpikir. Dari berbicara yang mengeluarkan kata-kata, kita kemudian menemukan sebuah pengertian/pemahaman tentang maksud dan tujuan dari apa yang dibicarakan. Ketika seseorang berkeinginan tertentu untuk berbicara kepada orang lain, maka keinginannya akan disampaikan melalui kata-kata, dan tentu saja jawaban atas keinginan itu, akan nyata. Dengan ini maka jelaslah bahwa sebuah persuasi, akan tampak karena adanya maksud dari si subjek ketika berbicara/berkata-kata.

Di masa sekarang, masa di mana kita memasuki tahun politik, kita banyak disuguhi berbagai narasi kata-kata, bahkan janji-janji yang diutarakan oleh orang-orang, yang secara substantif bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat. Hal itu tampak jelas dalam setiap narasi atau kata-kata para calon legislatif, yang mencalonkan diri untuk menjadi anggota dewan baik di tingkat nasional (pusat) maupun di daerah-daerah. Banyak hal juga muncul dalam berbagai baliho, atau pamflet, yang ditempelkan di sudut-sudut kota, jalan, dlsb. Dalam tulisan-tulisan tersebut, kita bisa melihat banyaknya kata-kata dari para calon legislatif, entah sebetuk janji, atau pula kata-kata persuasif, untuk bisa mendukungnya sehingga bisa terpilih dalam proses pemilihan yang sementara dalam persiapan.

Fakta ini tentu menyiratkan banyak hal. Demikian juga, fakta ini adalah sebuah fakta yang lazim, karena ketika kita meminta dukungan dari masyarakat umum, kita harus berkampanye, memamerkan keunggulan kita, serta menunjukkan kinerja-kinerja kita, agar kita menarik minat

masyarakat pada umumnya. Sejalan dengan itu, kita pun perlu memahami bahwa langkah untuk menarik minat masyarakat pada umumnya, untuk keterpilihan kita, adalah dengan menerapkan komunikasi yang persuasif. Dari dasar itu, penulis melalui tulisan ini, berupaya membedah dengan membandingkan keterhubungan antara retorika persuasif Aristoteles dan model-model lainnya, untuk kemudian direkomendasikan menjadi sebuah pilihan komunikasi politik para kontestan pada Pemilu di tahun 2024.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode deskriptif analitis, dengan diawali oleh uraian tentang retorika persuasi sebagai pintu masuk untuk memahami model-model retorika-komunikasi politik Aristoteles, Harol Lasswell dan interaksionalisme. Model-model ini akan dijadikan ukuran untuk membedah metode yang paling menarik yang digunakan dalam mempersiapkan kontestan pemilu di tahun 2024 nanti.

## **HASIL**

### **Mengenal Karakteristik Retorika Persuasi Aristoteles**

Hal pertama yang perlu dipahami struktur retorika sebagaimana yang diuraikan oleh Aristoteles dalam karyanya: *Retorika I & II*. Hal tersebut diuraikan oleh Aristoteles sebagai berikut: *Pertama*, sebuah retorika persuasi, terdiri dari tiga yaitu: Pertama, 'sarana persuasi', yang bersifat teknis dalam arti didasarkan pada metode retorik dan tampak melalui pidato. Dalam konteks ini, Aristoteles memaksudkan bahwa: sebuah kata-kata yang disampaikan bisa menghasilkan sebuah persuasi, termasuk didalamnya karakter si pembicara, keadaan emosional orang yang mendengarkan, atau juga argumen yang disampaikan oleh pembicara itu sendiri (Marta, 2010) (Philosophy, 2022).

*Kedua*, tiga *genre* (aliran) pidato publik. Pidato yang berlangsung dalam sidang diartikan sebagai pidato musyawarah. Dalam aliran ini, seorang pembicara melakukan sebuah tindakan yakni menasihati pendengar untuk melakukan sebuah tindakan atau tidak melakukan sesuatu-sebuah tindakan. Oleh karena itu, pendengar harus menilai hal-hal yang akan terjadi di masa depan, dan harus memutuskan apakah kejadian di masa depan itu, akan baik atau buruk bagi negara-kota (*polis*). Selanjutnya, pidato yang dilakukan di hadapan pengadilan. Pidato semacam ini diartikan sebagai pidato yudisial. Pembicara membela dirinya sendiri atau orang lain. Dari pidato model ini, penonton, atau lebih tepatnya juri, harus menilai apakah suatu peristiwa masa lalu, benar-benar terjadi atau tidak, dan apakah adil atau tidak, yaitu sesuai dengan undang-undang atau bertentangan dengan undang-undang.

*Ketiga*, pidato epideiktik, tampak misalnya dalam pidato pemakaman, pidato perayaan hari ulang tahun atau sejenisnya. Pidato ini biasanya memuji seseorang, dan mencoba menggambarkan urusan atau perbuatan subjeknya sebagai sesuatu yang terhormat atau bisa saja sebaliknya. Pidato jenis ini juga banyak dilakukan oleh para pemberi sambutan ketika ada dalam situasi yang situasional, misalnya peristiwa duka, ataupun suka (Philosophy, 2022). Kendati demikian, meskipun *genre* musyawarah tersebut memiliki konteks yakni berada dalam situasi kontroversial, di mana para pendengar harus mengambil keputusan yang menguntungkan salah satu dari dua pihak yang berlawanan, *genre* ini tidak bertujuan untuk mengambil keputusan seperti itu, karena pidato jenis ketiga dapat dikatakan sebagai pidato standar.

Dari dasar ini, dapatlah dikatakan bahwa: Sejak awal, Aristoteles menekankan bahwa retorika berkaitan erat dengan dialektika. Ketika Aristoteles berbicara tentang dialektika, dia mengembangkan metode argumentatif untuk menyerang dan mempertahankan tesis atau dsar apapun. Jelaslah bahwa metode dialektika Aristoteles ini diilhami oleh metode dialektika Plato. Namun, meskipun Plato sering menampilkan dialektika sebagai metode untuk menemukan dan menyampaikan kebenaran, dialektika Aristotelian terbatas pada pengujian klaim tertentu atau pengujian konsistensi serangkaian proposisi (yang dalam pandangannya berbeda dengan ‘menetapkan’ atau ‘membuktikan’ kebenaran suatu proposisi. Pendek kata, inilah konteks dialektika Aristoteles yang menyajikan sebuah seni retorika baru, yakni yang mengedepankan hubungan antara dialektika dan retorika (Sulistiarini & Zainal, 2020).

Terhadap dialektika Aristoteles ini, analogi antara retorika dan dialektika dapat dibuktikan dengan beberapa ciri umum: Pertama, baik retorika maupun dialektika mempunyai fungsi memberikan argumentasi. Kedua, argumen retorik maupun dialektis bergantung pada asumsi atau premis yang tidak terbukti kebenarannya, namun hanya dapat dipercaya atau diterima oleh satu kelompok atau kelompok lainnya. ketiga, retorika maupun dialektika berkaitan dengan kedua sisi pertentangan, dialektika dengan membangun argumen yang mendukung dan menentang tesis apa pun, sementara retorika mempertimbangkan apa yang mungkin persuasif dalam kasus tertentu (Rajiyem, 2005)

Dengan dasar ini, maka jelaslah bahwa dialektika memiliki konsekuensi yang sangat signifikan terhadap status retorika Aristoteles yang dianggap baru. Aristoteles berpikir bahwa argumen atau bukti adalah inti dari setiap proses persuasi, karena setiap orang sangat mudah untuk diyakinkan, bahkan ketika mereka menganggap sesuatu telah terbukti. Oleh karena itu, ahli retorika yang bersedia memberikan tempat sentral pada argumen atau bukti (retoris), dapat mendasarkan metode persuasinya pada tujuan yang signifikan.

Bagi Aristoteles, retorika jelas bukan soal menemukan atau menyampaikan pengetahuan, melainkan lebih cenderung kepada teknik persuasi apa pun, yang mengabaikan pengetahuan, yang pada akhirnya ingin mengecoh audiensnya dan menyembunyikan tujuan sebenarnya. Terjadi demikian, karena bagaimanapun juga, seseorang yang hanya ingin mengomunikasikan kebenaran, sebenarnya bisa saja berterus terang dan tidak perlu menggunakan tipu muslihat retorik. Kendati begitu, hal tersebut bukan sudut pandang Aristoteles. Aristoteles lebih ingin menunjukkan bahwa tidak mungkin mengajar audiens seperti itu, meskipun pembicara memiliki pengetahuan paling tepat tentang subjek tersebut. Para pendengar, menurut Aristoteles, tidak mampu mengikuti argumen yang cenderung membangun pengetahuan sejati, melainkan akan lebih fokus kepada mempertahankan diri dalam hal ucapan yang rasional. Jadi, kemampuan untuk menguraikan ide gagasan dan ucapan rasional adalah ciri khas yang utama dari seni retorika Aristoteles. Maka dari itu, seni retorika adalah kemampuan orang untuk mempertahankan diri melalui ucapan yang rasional. Demikian juga, 'keakraban'/fasih berretorika diperlukan untuk pembelaan diri semata, khususnya dalam kondisi demokrasi Athena yang ekstrem, dengan pengadilan yang terdiri dari para penilai awam dan dengan para demagog, yang diyakini akan menyalahgunakan aturan demokrasi (Marta, 2010).

Singkatnya, dengan tegas Aristoteles menegaskan bahwa sebuah komunikasi politik atau dalam konteks tulisan ini, retorika, adalah ilmu sejajar dengan ilmu lain. Maka karena posisinya yang sejajar, dalam berretorika seorang pembicara akan menampilkan sebuah kebenaran dalam kata-kata yang disampaikan, dengan menata tutur secara efektif dan etis. Demikianlah, bahwa dari konteks Aristoteles ini, jelas bahwa retorika tidak bisa dimasukkan ada digolongkan ke dalam ilmu tertentu, karena dia merupakan ilmu yang sejajar dengan ilmu lainnya itu, demikian penegasan Aristoteles (Marta, 2010).

### **Model-Model Komunikasi Politik**

Dalam kerangka retorika atau komunikasi politik di atas, tentu saja diperlukan sebuah strategi politik bagi setiap individu yang terjun di dunia politik. Keahlian dan kapasitas seorang kontestan tentu saja perlu berpijak dari model-model komunikasi politik yang telah menjadi acuan oleh para pendahulu. Maka dengan demikian, hemat penulis para kontestan diyakini akan semakin kuat dalam hal komunikasi politik mereka. Model-model yang dimaksud sebagaimana akan diuraikan di bawah ini, bahkan bisa menjadi pilihan para kontestan untuk berkampanye dan bersosialisasi kepada masyarakat (Sumartono dalam Santoso & Setiansah, 2010).

### *Model Aristoteles*

Model komunikasi politik Aristoteles adalah model yang sangat klasik dan seperti menjadi rujukan utama dalam ilmu komunikasi. Model ini secara gamblang fokus kepada penyampaian (pidato) yang bisa mempengaruhi orang lain (*audiens*). Adapun model ini biasa disebut model retorikal. Bandingkan karya besar Aristoteles Retorika. Model Komunikasi politik ini, memiliki tiga elemen penting sebagai dasar dalam komunikasi pembicara dan audiens: pembicara, pesan yang ingin disampaikan, dan audiens atau para pendengar (Rapp, 2023). Namun demikian, model ini tidak tampak lebih baik karena memiliki kekurangan dalam hal komunikasi yang disampaikan oleh pembicara bersifat statis dan hanya fokus kepada tujuan untuk meyakinkan audiens agar sepakat dan menerima pendapat si pembicara. Selain itu, model ini kurang memperhentikan faktor penting lain yakni komunikasi nonverbal demi mempengaruhi orang lain. Kendati begitu, walaupun memiliki kekurangan, cara komunikasi model Aristoteles ini, menjadi pilihan banyak orang, termasuk ilmuwan dan para pembicara, atau orang-orang yang selalu ingin berbicara di depan umum. Termasuk di dalamnya, model ini dijadikan inspirasi untuk mengembangkan model komunikasi yang sifatnya lebih modern.

### *Model Komunikasi Politik Harold Lasswell*

Di sisi yang sedikit mirip, ada juga model komunikasi politik Harold Lasswell. Dalam model komunikasi ini, terdapat beberapa ungkapan verbal yakni: Siapa), apa yang dikatakan, apa media atau saluran yang digunakan, untuk siapa dan apa dampak yang akan muncul. Komunikasi model ini memiliki tiga fungsi: Mengawasi lingkungan (*circumstance*), berkorelasi dengan bagian-bagian yang sejatinya terpisah dengan masyarakat yang akan merespon lingkungan sekitarnya, dan fungsi komunikasi adalah merupakan sebuah transmisi warisan sosial antar generasi.

Lasswell menjelaskan juga bahwa model komunikasi politik ini mementaskan bahwa siapa saja yang berkomunikasi (komunikator) memiliki daya keinginan untuk mempengaruhi mereka yang mendengar yang dikatakan si komunikator tersebut. Maka dari itu, komunikasi politik tidak lain merupakan bentuk dari sebuah upaya untuk mempersuasi pendengar. Sehingga dengan demikian, dari komunikasi politik yang dipraktekkan akan membawa kepada dampak positif maupun negatif (hasil). Jadi, hasil yang muncul berupa dampak dari komunikasi politik yang dimaksud, sejatinya bergantung dari bagaimana cara komunikator menyampaikan pesannya (Gregersen., 2023).

### *Model Komunikasi Politik Interaksional*

Kedua model komunikasi politik diatas, sebetulnya tidak jauh berbeda dengan model berikut ini yakni model interksional. Model komunikasi politik interaksional ini mempunyai bersifat non sistemik, non linier dan kualitatif. Hal itu berarti bahwa berkomunikasi politik dengan menggunakan model interaksional merupakan bagian erat dari membentuk makna atau tafsir, terhadap pesan dan perilaku orang lain. Proses pembentukan itu, dilakukan oleh para audiens. Dalam kerangka model ini, kita perlu memahami bahwa terdapat konsep penting, yaitu: Diri sendiri atau *self*, diri yang lain atau *other*, makna, simbol, tindakan dan penafsiran.

Maka dari itu, berdasarkan model komunikasi politik ini, simbol menunjuk kepada orang yang berperan sebagai pendengar/peserta dalam komunikasi. Para peserta ini bersifat peserta aktif, reflektif dan kreatif, yang mana mereka juga memunculkan sebuah perilaku yang sulit diprediksi. Dari fakta ini maka, setiap subjek yang terlibat jauh lebih aktif dibandingkan dengan proses komunikasi itu sendiri. Jadi, semua diajak untuk aktif terlibat dalam proses komunikasi itu, demikian juga dalam komunikasi model ini, setiap subjek yang terlibat adalah sama dan sederajat dengan pembicara atau yang menyampaikan pesan (Rifda, 2021).

## **DISKUSI**

Dalam ilmu politik, istilah komunikasi politik saat ini telah sangat detail dianalisis. Kita bisa melihat ketika ada dialog di berbagai stasiun televisi entah dalam bentuk talkshow, seminar, atau juga bincang-bincang politik, paling tidak dihadirkan para tokoh politik, termasuk para pakar dalam bidang komunikasi politik. Dari fakta ini, maka komunikasi politik seperti menjadi sebuah medan yang menarik untuk dianalisis. Ketika kita menghadapi sebuah situasi tahun politik dimana banyak orang berupaya untuk terlibat dan melibatkan dirinya, tentu saja komunikasi politik menjadi sebuah fondasi yang penting, demi membangun elektabilitas. Demikian nyata bahwa, ketika kita memasuki masa kampanye, komunikasi politik menjadi fondasi yang harus diperkuat oleh para kontestan. Komunikasi politik menjadi semakin penting karena hal itu tidak pernah berdiri sendiri. Kita juga bisa melihat bahwa banyak ilmuwan di bidang komunikasi menyatakan bahwa komunikasi politik itu murni berkenaan dengan cara apa yang harus saya sampaikan (dalam hal ini kontestan sampaikan) secara efektif dan efisien. Maka dari itu, setiap unsur dan elemen penting dalam sebuah komunikasi politik, memegang peranan penting (Jelantik, 2020).

Dengan demikian maka, setiap kontestan berkewajiban dan harus menguasai bagaimana cara mendapatkan simpati dan dukungan dari masyarakat, juga lewat komunikasi politik yang baik. Dalam berkomunikasi, ktia pun telah mengalami dan mengenal berbagai teknik yang

sering digunakan oleh para kontestan, seperti: Teknik pembujuk-rayuan secara persuasi, yang menekankan karakter pembicara, emosional atau argumen. Pendek kata, komunikasi politik-retorika intinya mencakup seni berbicara kontestan, yang berfungsi untuk menyampaikan gagasan tertentu atau pesan dengan menggunakan *term*, *frasa* bahkan bahasa-bahasa persuasif yang lugas dan berkesan serba kata-kata yang menimbulkan ketertarikan publik (Lestaluhi, 2017).

Pendek kata, sebagai sebuah ilmu yang sejajar dengan ilmu lainnya, komunikasi politik mengandung pesan dan sifat dari pesan itu, sebagai sesuatu yang penting. Hal inilah yang membedakan dengan model komunikasi lainnya (komunikasi yang tidak masuk dalam cakupan komunikasi politik). Maka dari itu, penelitian dan studi komunikasi politik sesungguhnya menitikberatkan kepada kualitas dan keefektifan pesan yang disampaikan oleh kandidat, yang dapat memengaruhi publik/audiens (Rafni, 2021). Dalam retorika-komunikasi politik, tampak jelas terdapat beberapa hal fondasional untuk keterpilihan seorang kontestan, yakni: Pertama, bahwa strategi yang digunakan dalam pembentukan tim kampanye adalah cara menjaga konsolidasi hubungan keluarga, organisasi-organisasi dan kelompok-kelompok masyarakat serta tokoh-tokoh masyarakat yang berpengaruh (Rafni, 2021). Kedua, memasarkan program dan kandidat sebagai produk partai melalui penggunaan media. Ketiga, memobilisasi dukungan terhadap suatu hal atau seorang kandidat. Artinya, kampanye dapat dikatakan sebagai upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum yakin pada ide-ide yang ditawarkan, agar mereka bersedia mendukungnya. Ketiga hal sebagaimana tersebut di atas, dalam arti tertentu, menjadi standar yang sangat mendasar karena seorang kontestan perlu memperhatikan pasar yang menjadi tempat dia berkampanye. Setelah memperhatikan ketiga hal ini, kemudian berlanjut pada ciri khas apa yang perlu dikembangkan seorang kontestan, terkait model retorika yang akan digunakannya dalam masa kampanye (Fauzi, 2018).

Di sisi yang sama, dalam konteks pemilu 2024, kita juga perlu mengenal model-model strategi politik yang paling sering digunakan oleh para kontestan dalam menghadapi pemilu (Hermanto, 2015). *Pertama*, strategi ofensif. Strategi ofensif adalah strategi yang memperluas pasar dan menembus pasar. Dalam strategi ofensif yang digunakan untuk mengimplementasikan politik, yang harus dijual adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan. Strategi ini sangat dibutuhkan, misalnya apabila suatu partai ingin menambah atau meningkatkan jumlah massa pemilihnya. Dalam hal ini harus ada banyak orang yang memiliki pandangan dan pemikiran yang positif terhadap partai tersebut, sehingga nantinya kampanye yang akan dilaksanakan partai politik akan dapat berhasil. Dengan menggunakan media massa, pemahaman tentang

politik menjadi lebih mudah. Dalam konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian yang integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi yang sentral dalam politik. Rancangan kebijakan harus disebarluaskan, begitu juga aspirasi masyarakat harus diartikulasikan, semuanya membutuhkan media untuk menyampaikannya.

*Kedua*, strategi defensif. Strategi defensif muncul apabila partai pemerintahan atau koalisi pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai yang ingin mempertahankan mayoritasnya dan membawa keuntungan sebanyak mungkin. Mengangkat tema-tema yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat, menumbuhkan pengaruh internal psikologis (*motivational appeal*), dimana pesan tersebut tidak hanya sekedar janji tetapi merupakan aspirasi masyarakat sehingga jika terpilih berarti mereka diberikan hak dan amanah oleh masyarakat akan berusaha memperjuangkan aspirasi masyarakat tersebut. Pesan politik melalui media massa akan sangat kuat memengaruhi perilaku politik masyarakat. Pesan yang disampaikan tidak hanya yang baik-baik saja atau yang enak-enak tetapi juga hal-hal yang kurang enak, sehingga masyarakat dapat berpikir apa keuntungannya jika mereka mengikuti informasi yang diterimanya. Pesannya komunikasi politik dibuat untuk menyukkseskan sebuah kepentingan politik tertentu. Oleh karena itu, tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik. Strategi kampanye calon legislatif dengan menyampaikan pesan-pesan tersebut dalam komunikasi politiknya dapat menimbulkan pencitraan positif.

## KESIMPULAN

Retorika Aristoteles adalah sebuah teori besar yang membahas seni berbicara dan persuasi dengan fokus kepada kredibilitas, emosi dan logika. Bagi Aristoteles menegaskan bahwa ketiga hal ini berperan penting dalam meyakinkan audiens. Maka dari itu, setiap calon yang terjun ke dalam pertarungan elektoral, harus memahami pentingnya argumen yang kuat, kredibilitas pembicara dan penggunaan emosi dalam beretorika. Jika kita menelaah retorika Aristoteles secara khusus retorika persuasif, hal terpenting yang perlu menjadi pertimbangan adalah tiga poin utamanya yakni: Prinsip *ethos* (yakni etika) untuk membangun kredibilitas pembicara, kemudian memanfaatkan *pathos* (yakni emosi) untuk mengaitkan pesan dalam komunikasi politik dengan perasaan audiens, dan secara bersamaan menerapkan *logos* (yakni rasionalitas) untuk menyajikan sebuah argumen yang kuat dan logis, pada saat seorang kontestan berbicara di depan publik atau masyarakat.

Sejalan dengan itu, dalam beretorika ala Aristoteles, seorang kontestan perlu fokus pada hubungan antara pembicara (dia sendiri), pesan yang akan disampaikannya, dan memperhatikan audiens (para pendengarnya). Aristoteles menegaskan bahwa di pembicara

harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan audiens. Dalam konteks retorika model Lasswell, hal yang utama harus diperhatikan adalah: Mengidentifikasi siapa pembicara dan siapa audiens, selanjutnya menjelaskan konten dan isi pesan yang akan disampaikan, kemudian memperhatikan tempat atau media apa yang digunakan dalam berkomunikasi. Demikian juga yang tak kalah pentingnya adalah si pembicara mempertimbangkan waktu dalam menyampaikan pesan dan sekaligus memahami tujuan dan alasan dibalik pesan yang disampaikannya. Pendek kata, dalam komunikasi massa, penerapan model Lasswell ini, harus menyusun pesan yang efektif, termasuk mempertimbangkan elemen-elemen kunci dalam komunikasi yang dilakukannya.

Di sisi yang sama juga, komunikasi politik model interaksionalisme, mengutamakan proses interaktif, yang mana proses ini dipenuhi dengan fokus pada interaksi langsung antara pembicara dan audiens serta memberikan ruang untuk stimulus (umpan) respon aktif dari audiens. Jika demikian, maka akan tercipta sebuah pertukaran simbolik yang mana pertukaran simbolik ini, menekankan arti simbolik dari pesan sekaligus arti dari respon audiens. Dalam hal tersebut, maka pembicara harus memperhatikan dengan saksama peran bahasa dan simbol-simbol yang digunakan dalam membangun pemahaman bersama.

Akhirnya dari ketiga model komunikasi politik sebagaimana diuraikan di atas, model retorika Aristoteles, model Lasswell dan model interaksionalisme, memiliki keteririsan dalam hal bahwa seorang pembicara (kontestan pemilu) tidak bisa mengandaikan bahwa sebuah bahasa adalah hal yang biasa, melainkan perlu memahami bahwa bahasa itu merupakan hal yang integral-utuh dengan penampilannya di hadapan audiens. Seorang kontestan harus menggunakan bahasa yang efektif, yang mencakup pesan yang persuasif (Aristoteles), memastikan bahwa pesan yang disampaikan adalah mencakup elemen penting dan relevan dari para audiens (Lasswell). serta memperhatikan dinamika interaksi langsung yang mengutamakan prinsip-prinsip interaksionalisme (*Interaksionalisme*). Demikian juga, perlu adaptasi yang kontekstual dalam hal pendekatan dengan konteks komunikasi baik itu situasi formal maupun informal, termasuk mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik khusus para audiens atau pendengar. Maka dari itu, dengan memadukan atau menyeleraskan ketiga model ini, seorang kontestan diyakini akan menghasilkan pendekatan komunikasi yang holistik, yang mencakup aspek retorika klasik, analisis fungsi komunikasi, dan interaksi langsung antara pembicara dan audiens. Hal ini diyakini juga akan membantu dalam hal membangun pesan yang persuasif, relevan dan responsif terhadap kebutuhan komunikasi yang beragam.

**REFERENSI**

- Behaviorism*. (2023, Maret). Retrieved from psychologywriting.com: <https://psychologywriting.com/deontology-and-patients-autonomy/>
- Connie M. Ulrich, e. a. (2010, Aug 23). *National Library of Medicine*: . Retrieved from [www.ncbi.nlm.nih.gov](http://www.ncbi.nlm.nih.gov): <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3865804/>
- Convey, J. H. (2012). Ethical Practice in Nursing Care. *Nursing Standard Publishing*, 51-56.
- Fauzi. (2018). Komunikasi Politik Calon Legislatif dalam Memengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat di Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Pekommas*, 63-78.
- Fiala, B. M. (2016: 116). *Ethics: Theory and Contemporary Issues, Ninth Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Gregersen., E. (2023). *Britanica.com*. Retrieved from <https://www.britannica.com/biography/Harold-Lasswell>: <https://www.britannica.com/biography/Harold-Lasswell>
- Hermanto, R. &. (2015). Strategi Caleg dalam Upaya Memenangkan Pemilu Legislatif di Dapil II Kabupaten Sumenep. *Jurnal Performance*, 18-34.
- Ilkafah. (2021). *Pentingnya Menerapkan Prinsip Etik pada Tindakan Keperawatan*. Retrieved Maret Minggu, 2023, from <https://news.unair.ac.id/2021/05/20/pentingnya-menerapkan-prinsip-etik-pada-tindakan-keperawatan/?lang=id>
- Ilkafah, A. P. (2021). Factors Related to Implementation of Nursing Care Ethical Principles in Indonesia. <https://journals.sagepub.com/doi/10.4081/jphr.2021.2211>.
- ivypanda. (2022, April). *essay*. Retrieved from ivypanda.com: <https://ivypanda.com/essays/kants-ethical-theory-of-deontology-in-nursing/>
- Jelantik, S. K. (2020). RETORIKA POLITIK CALON LEGISLATIF HINDU PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN KOTA MATARAM 2014. *Jurnal Binawakya Volume 14 Nomor 8 Maret 2020*, 2981-2990.
- Lestaluhu, S. (2017). *Bahan Ajar Komunikasi Politik*. Ambon: FISIPOL Universitas Pattimura
- Loho, A. M. (2020, Mei Kamis). *Kolom & Interaktif*. Retrieved from [Jejakpublik.com](http://Jejakpublik.com): <https://jejakpublik.com/apakah-etika-kita-sudah-mulai-runtuh/>
- Manado, F. K. (2023, Maret Rabu). *Unikadelasalle.ac.id*. Retrieved from [VIsi Misi Fakultas Keperawatan](http://VIsi Misi Fakultas Keperawatan): <https://unikadelasalle.ac.id/visi-dan-misi-ilmu-keperawatan/>
- Marta, I. N. (2010). Retorika & Penggunaannya dalam Berbagai Bidang. *Jurnal PRASI, Juli - Desember 2010*, 61-71.
- Philosophy, S. E. (2022). *Aristotle's Rhetoric*. <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/>.
- Rafni, P. H. (2021). Strategi Calon Legislatif Partai Gerindra dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019 di Padang. *Journal of Civic Education*, 66-72.
- Rapih, S. P. (2023, Maret Rabu). *Profil Perawat*. Retrieved from [Stikespantirapih.ac.id](http://Stikespantirapih.ac.id): [http://stikespantirapih.ac.id/?page\\_id=258](http://stikespantirapih.ac.id/?page_id=258)
- Rapp, C. (2023). *plato.stanford.edu*. Retrieved from The {Stanford} Encyclopedia of Philosophy: <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/>
- Rifda, A. (2021, . .). *Trivia*. Retrieved from [www.gramedia.com](http://www.gramedia.com): <https://www.gramedia.com/best-seller/komunikasi-politik/>
- Skeet, M. ( 1988). Florence Nightingale, A Woman of Vision and Drive. *World Health Forum, Volume 9 1988*, 175-177.
- staffnew.uny. (2023, 3 3). *Staffnew*. Retrieved from [uny.ac.id](http://uny.ac.id): <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132318570/pendidikan/TEORI+ETIKA.pdf>
- Utkualp, N. (2015). Ethical Issues and Dilemmas Encountered in Nursing Practice in Turkey. *International Journal of Caring Sciences*, 830.