

Retorika dan Publisitas Politik : Studi Analisis Pidato Prabowo dan Ganjar di TV Nasional

Zulfia Qatrun Nada¹, Achmad Riyadi², Alauddin Hilmi³, Pia Khoirotnun Nisa⁴

¹²³⁴ Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

ABSTRAK

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni, 2025

Revised Juni, 2025

Accepted Juni, 2025

Available online Juni , 2025

riyadi2195@gmail.com,

zulfianada45@gmail.com,

alauddinhilmi61@gmail.com,

pia.khoirotnun@uinjkt.ac.id

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.*

Debat calon presiden dalam Pemilu 2024 menjadi ajang strategis bagi kandidat untuk menyampaikan visi, misi, serta membentuk citra politik melalui retorika dan publisitas yang masif di media massa. Penelitian ini mengkaji bagaimana Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo memanfaatkan debat capres di televisi nasional sebagai sarana komunikasi politik yang persuasif. Dalam konteks meningkatnya intensitas komunikasi politik menjelang pemilu, kedua kandidat menampilkan pendekatan berbeda yang disesuaikan dengan karakter dan segmentasi pemilih masing-masing. Prabowo lebih mengandalkan retorika ethos, menonjolkan kredibilitas dan pengalaman militernya, serta tampil formal dan logis dalam menyampaikan program seperti “Indonesia Emas 2045”. Sebaliknya, Ganjar menekankan pathos melalui narasi personal, humor, dan gaya santai untuk

menciptakan kedekatan emosional, khususnya dengan pemilih muda dan urban. Dari sisi publisitas, Prabowo unggul di media konvensional, sementara Ganjar memanfaatkan media sosial secara multiplatform untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis retorika dan isi, dengan data diperoleh dari transkrip debat, wawancara tim sukses, dan kajian literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi kedua kandidat tidak hanya mencerminkan kepribadian mereka, tetapi juga ditujukan untuk memperkuat daya tarik politik pada kelompok pemilih tertentu. Temuan ini menegaskan pentingnya retorika dan publisitas dalam mempengaruhi persepsi publik serta menjadi referensi dalam merancang komunikasi politik yang efektif di era media modern.

Kata Kunci: Retorika Politik, Publisitas Politik, Debat Capres, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, Komunikasi politik, Media Massa

ABSTRACT

The presidential debate in Indonesia's 2024 General Election served as a strategic platform for candidates to present their visions, missions, and policy agendas, while simultaneously constructing their political image through persuasive rhetoric and extensive media publicity. This study examines how Prabowo Subianto and Ganjar Pranowo utilized the nationally televised presidential debates as a means of political communication. In the context of the increasing intensity of political messaging in the lead-up to the election, both candidates adopted distinct approaches tailored to their personal character and targeted voter segments. Prabowo predominantly employed ethos-based rhetoric, emphasizing his credibility and military background,

presenting himself in a formal and logical manner with structured programs such as “Indonesia Emas 2045.” Conversely, Ganjar relied on pathos-oriented rhetoric, incorporating personal narratives, humor, and a relaxed speaking style to foster emotional resonance, particularly among young and urban voters. Regarding political publicity, Prabowo gained greater visibility through conventional media, while Ganjar adopted a multi-platform strategy leveraging social media to reach broader and more diverse audiences. This research employed a qualitative method using rhetorical and content analysis, with primary data obtained from debate transcripts and secondary data gathered from campaign team interviews and literature review. The findings demonstrate that the candidates’ communication strategies not only reflect their individual personas but also serve to enhance their political appeal to distinct voter demographics. Ultimately, this study underscores the critical role of rhetoric and political publicity in shaping public perception and offers relevant insights for political actors seeking to develop effective communication strategies in the modern media landscape.

Keywords: *Political Rhetoric, Political Publicity, Presidential Debate, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, Political Communication, Mass Media*

1. PENDAHULUAN

Debat calon presiden (capres) memiliki peran yang sangat penting dalam sistem demokrasi Indonesia, khususnya dalam pemilihan umum (pemilu) 2024. Sebagai bagian dari proses pemilihan yang bebas dan adil, debat capres berfungsi sebagai platform yang memungkinkan calon pemimpin negara untuk mengkomunikasikan visi, misi, dan kebijakan mereka kepada publik.

Selain itu, dari perspektif retorika dan publisitas politik, debat capres juga merupakan sarana yang efektif untuk membangun citra dan reputasi seorang calon. Melalui cara berbicara, penampilan, dan strategi komunikasi mereka, para calon presiden dapat mempengaruhi opini publik dan membentuk narasi politik yang dapat bertahan selama kampanye. Ini menambah dimensi penting dalam debat, di mana teknik retorik dan pengelolaan publisitas sangat berperan dalam memperkuat posisi kandidat di mata pemilih.

Dengan demikian, debat capres pada pemilu 2024 bukan hanya sekadar pertemuan antar kandidat untuk beradu argumen, tetapi juga merupakan bagian integral dari proses demokrasi yang mendalam, yang dapat memengaruhi arah masa depan Indonesia melalui pilihan-pilihan politik yang lebih terinformasi dan terbuka. Relevansi retorika politik semakin terasa dalam debat capres, di mana calon- calonpresiden

harus mengelola citra mereka dengan hati-hati. Dengan menggunakan teknik retorik yang tepat, calon dapat memperkuat keyakinan audiens terhadap kemampuan dan visinya, serta memenangkan hati pemilih. Teknik-teknik seperti persuasi, logika, dan emosi digunakan untuk membangun koneksi dengan audiens, mengukuhkan kepercayaan publik, dan memengaruhi keputusan pemilih.

Dalam Pemilu 2024, kemampuan calon dalam menggunakan retorika politik yang efektif sangat mempengaruhi keberhasilan mereka dalam mendapatkan dukungan publik. Retorika yang kuat tidak hanya memperkuat citra positif calon, tetapi juga menjadi alat utama dalam memengaruhi audiens, mengarahkan opini publik, dan mencapai tujuan politik yang diinginkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Retorika Politik

Retorika berasal dari bahasa Yunani rhetoric yang berarti seni berbicara, pada awalnya sering dipakai dalam perdebatan di pengadilan atau dalam perdebatan antarpersonal untuk mempengaruhi orang lain yang ada di sekitarnya dengan cara persuasif. Littlejohn mendefinisikan kajian retorika secara umum sebagai simbol yang digunakan manusia. Pengertian ini kemudian diperluas dengan mencakup segala cara manusia dalam menggunakan simbol untuk memengaruhi lingkungan sekitarnya.¹

Retorika adalah komunikasi dua arah, face to face, satu atau lebih orang (seorang berbicara kepada beberapa orang maupun seorang bicara kepada seorang lain) masing-masing berusaha dengan sadar untuk mempengaruhi pandangan satu sama lain melalui tindakan timbal balik satu sama lain. Sasaran persuasi timbal balik itu, tentu saja tidak perlu dibatasi hanya pada orang-orang yang turut dalam perdebatan, yaitu para ahli retorika dapat juga berusaha mempengaruhi pihak ketiga. Tujuannya adalah untuk membantu yang di persuasi dalam membangun citra tentang masa depan, masa untuk bertindak, yaitu melalui retorika, persuader dan yang dipersuasi saling bekerja sama dalam merumuskan kepercayaan, nilai, pengharapan mereka.²

Teori Retorika Politik

Retorika merupakan “art of speech” (seni berbicara). Yakni suatu bentuk komunikasi yang diarahkan pada penyampaian pesan dengan maksud mempengaruhi khalayak agar dapat memperhatikan pesan yang disampaikan secara baik. Retorika menggabungkan antara argumentasi pesan, cara penyampaian yang menarik serta kredibilitas diri pembicara. Dengan demikian retorika politik merupakan seni berbicara kepada khalayak bersifat politik, dalam upaya mempengaruhi khalayak tersebut agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator politik.³

Retorika politik adalah bentuk khusus dari retorika yang digunakan untuk mempengaruhi opini publik dalam konteks politik. Ia menggabungkan aspek argumentasi logis, penyampaian yang menarik, serta kredibilitas komunikator politik. Retorika politik bertujuan untuk mempengaruhi audiens agar menerima ide, program, atau identitas politik yang dibawa oleh seorang komunikator (Arsani et al., 2020).

Retorika politik menjadi alat negosiasi dalam membangun makna bersama antara pembicara dan audiens. Melalui pidato, kandidat politik tidak hanya mengkomunikasikan ide, tetapi juga menciptakan identitas sosial dan politik bersama. Dalam retorika politik modern, unsur persuasif seperti gaya bahasa, intonasi suara, ekspresi non-verbal, serta penyusunan argumen logis memainkan peran sentral dalam membujuk pemilih.

Teori Publisitas Politik

Sebelum menjelaskan publisitas politik, perlu kiranya dibahas terlebih dahulu mengenai publisitas secara umum. Sebab, pada dasarnya publisitas merupakan bagian dari public relation (PR) suatu perusahaan, organisasi atau lembaga yang menggunakan media massa sebagai sarana penyampaian informasinya. Namun, menurut Jefkins publisitas bukan hanya istilah yang populer di dunia PR saja melainkan dalam

¹ Effendy, o. U. (1997). *Komunikasi: teori dan praktek*. Bandung: remaja rosda karya. hal:53

² Nimmo, d. (1989). *Komunikasi politik: komunikator, pesan, dan media*. Bandung: remaja rosda karya. Hal:141.

³ Gun Gun Heryanto dan Ade Rina Farida, *Komunikasi Politik* (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah), cet. 1, 2011. h. 146.

kehidupan sehari-hari. Sebab, menurutnya publisitas merupakan dampak dari diketahuinya suatu Informasi,⁴

Publisitas biasanya merupakan publikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana penyebarluasan Informasi Lebih tepatnya, publisitas adalah segala informasi atau tindakan yang membawa seorang individu menjadi dikenal publik melalui kegiatan kegiatan untuk mengenalkan seorang individu kepada masyarakat melalui media massa.⁵

Kesimpulannya bahwa publisitas merupakan kegiatan yang mempunyai nilai berita yang sengaja direncanakan untuk dilakukan oleh seseorang, organisasi atau perusahaan agar menarik perhatian media massa sehingga mencapai tujuan tertentu. Secara umum tujuannya adalah untuk mendapatkan popularitas. Selain itu, publisitas bersifat gratis karena adanya simbiosis mutualisme antara media massa dengan pelaku publisitas. Ini sejalan dengan:

Publicity is information from an outside source that is used by the media because the information has news value. It is an uncontrolled method of packing messages in the media because the source doesn't pay the media placement.

Publisitas adalah informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan oleh media massa karena informasi itu memiliki nilai berita. Publisitas merupakan sebuah metode yang tidak dapat terkontrol dalam penempatan pesan di media massa karena sumber tidak membayar media untuk memuat berita yang bersangkutan.⁵

Tujuan Publisitas Politik

Publisitas politik bertujuan untuk meningkatkan popularitas lembaga atau kandidat politik. Tentu saja, semakin besar popularitas seseorang, tidak bisa dipungkiri semakin memudahkannya untuk menyampaikan tujuan politiknya. Menurut Ardianto, Tujuan publisitas adalah untuk mendapatkan perhatian publik melalui distribusi media cetak dan elektronik, termasuk surat kabar, majalah, televisi, radio, talk show, iklan, dan website.⁶

Tujuan utama dari publisitas adalah meningkatkan popularitas lembaga atau kandidat. Hal ini penting mengingat sebuah lembaga atau kandidat yang memiliki popularitas bagus di khalayak akan memudahkan dalam pencapaian tujuan-tujuan politiknya. Lebih jelasnya, menurut Gun Gun Heryanto, tujuan publisitas politik adalah pertama, memperoleh perhatian. Publisitas memang konsep dasarnya adalah bagaimana menarik perhatian khalayak pada isu atau kejadian yang kita buat.⁷

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam makalah ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis retorika dan analisis isi (content analysis). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam teknik retorika yang digunakan oleh Prabowo dan Ganjar dalam pidato mereka serta memahami bagaimana

⁴ Jefkins, F. 2003. *Public Relation*. Jakarta: Erlangga

⁵ Gun Gun Heryanto, *Loc Cit*

⁶ Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

⁷ Heryanto, Gun Gun, *Loc Cit*

pidato tersebut dapat memengaruhi audiens dan membangun citra politik masing-masing calon.

Pendekatan kualitatif ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknik komunikasi dan strategi retorika digunakan dalam mempengaruhi opini publik serta membangun citra politik calon presiden dalam pemilu 2024.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer kami adalah berupa Transkrip dan Rekaman Pidato Prabowo dan Ganjar: Data utama yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah transkrip dan rekaman pidato dari kedua calon presiden yang disiarkan melalui TV Nasional. Pidato-pidato ini akan dianalisis untuk mengidentifikasi strategi retorika yang digunakan, termasuk penggunaan elemen-elemen seperti ethos, pathos, dan logos, serta bagaimana pesan-pesan tersebut dapat membentuk citra kedua calon di mata audiens.

Sementara Data Sekunder kami berupa artikel-artikel berita dan jurnal akademik yang membahas tentang retorika politik, publisitas politik, serta strategi komunikasi dalam konteks pemilu di Indonesia. Artikel-artikel ini akan memberikan konteks teoretis dan informasi tambahan untuk memahami fenomena yang sedang dianalisis. Wawancara dengan Timses Prabowo dan Ganjar: Wawancara dengan tim sukses dari kedua calon presiden akan memberikan wawasan tentang strategi yang diterapkan di balik pidato-pidato tersebut. Wawancara ini juga akan membantu memahami tujuan dan pesan yang ingin disampaikan oleh masing-masing calon, serta peran retorika dalam membangun citra politik mereka.

Analisis Data

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah analisis retorika dan analisis publisitas politik. Analisis retorika digunakan untuk mengkaji bagaimana Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo menggunakan unsur ethos, pathos, dan logos dalam pidato mereka di televisi nasional. Sementara itu, analisis publisitas politik digunakan untuk menilai bagaimana pidato tersebut dipublikasikan dan dipersepsikan melalui media televisi.

Sedangkan model analisis yang digunakan adalah Teori Retorika Aristoteles, yang membahas tiga komponen utama retorika yaitu ethos (kredibilitas pembicara), pathos (kemampuan membangkitkan emosi audiens), dan logos (argumen logis yang disampaikan). Teori Publisitas Politik, yang mengkaji bagaimana media massa, khususnya televisi, membentuk dan menyebarkan citra politik kandidat kepada publik. Data primer diperoleh dari transkrip dan rekaman pidato debat capres Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo yang disiarkan di televisi nasional, serta hasil wawancara dengan narasumber dari tim sukses masing-masing calon presiden. Data sekunder diperoleh dari artikel berita, jurnal ilmiah, serta dokumentasi media terkait debat tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Temuan pada Timses Prabowo Subianto

Berdasarkan hasil wawancara dengan Agus Sukarno, salah satu Tim Ahli Fraksi Partai Golkar yang terlibat dalam Tim Kampanye Prabowo Subianto, ditemukan beberapa temuan penting terkait penggunaan strategi retorika dan publisitas politik dalam pidato debat capres tahun 2024.

Pidato Prabowo Subianto difokuskan pada penguatan citra sebagai sosok tegas, cerdas, dan berwawasan luas. Tim sukses mengarahkan narasi untuk menonjolkan latar belakang militer Prabowo, termasuk pengalaman beliau sebagai mantan Danjen Kopassus. Dalam hal penggunaan elemen retorika, Prabowo mengedepankan:

- **Ethos** (kredibilitas): Menunjukkan kredibilitas melalui pencapaian nyata, seperti kinerjanya sebagai Menteri Pertahanan yang diakui bahkan oleh kompetitor politiknya.
- **Pathos** (emosi): Membangun optimisme nasional dengan mengangkat gagasan "Indonesia Emas 2045" dan menekankan pengabdian yang tulus kepada bangsa dan negara.
- **Logos** (logika): Menyampaikan visi-misi secara sistematis, menggunakan narasi masa depan Indonesia yang kuat dan berbasis program nyata.

Temuan pada Pidato Debat Prabowo Subianto di TV Nasional

Debat Capres pertama, Prabowo Subianto tampil dengan santai mengenakan kemeja biru dan celana hitam. Hal ini menunjukkan bahwa ia ingin membangun citra baru di masyarakat. Prabowo berusaha menghilangkan kesan kaku dengan bersikap hangat, sering tersenyum dan menyapa audiens. Berbeda dengan debat sebelumnya yang secara tegas dan lantang dalam menyampaikan visi misi. Debat pertama ini, Prabowo menyampaikan pandangannya,

“Republik itu harus didasarkan atas hukum dan kedaulatan rakyat, itulah perjuangan saya selama ini dan saya pertaruhkan nyawa saya, jiwa saya untuk membela demokrasi, hukum, dan HAM,” (Ucap Prabowo, Capres Nomor Urut 2)

“Prabowo Gibran akan perbaiki yang harus diperbaiki, kita akan tegakkan yang perlu ditegakkan, dan kita bertekad untuk memberantas korupsi sampai ke akar-akarnya.” (Lanjutnya)⁸



Gambar 2. Capres Prabowo Subianto dalam Debat Pertama
(Sumber : KompasTV.com)

Kemudian, Capres nomor urut 3 Ganjar Pranowo melempar dua pertanyaan kepada Prabowo mengenai kasus HAM yang terjadi di Indonesia. Pertama, mempertanyakan apakah Prabowo akan berani mendirikan Pengadilan Ad Hoc Ham,

⁸ KompasTV. (2023). Prabowo di Debat Capres: Saya Pertaruhkan Nyawa Saya untuk Membela Demokrasi, Hukum, dan HAM. Diakses 5 Juni 2025. <https://www.kompas.tv/amp/nasional/468470/prabowo-di-debat-capres-saya-pertaruhkan-nyawa-saya-untuk-membela-demokrasi-hukum-dan-ham?page=all>

dan kedua tentang apakah bantuan akan diberikan untuk mencari 13 korban yang dihilangkan secara paksa pada masa order baru. Dalam Kompas TV, Prabowo menjawab,

“Saya sudah menjawab berkali-kali soal ini. Bapak tahu soal data, bisa tanya ke Kapolda, contoh ada berapa mayat yang ditemukan hari ini di Jakarta. Nyatanya, orang yang dulu ditahan yang katanya saya culik justru membela saya. Jadi, masalah HAM jangan dipolitisi menurut saya.”(Prabowo, Capres Nomor Urut 2)

Gambar 3. Capres Prabowo dan Ganjar Adu Argumen Debat Pertama



Seperti yang diketahui, Capres Prabowo dituding sebagai salah satu dalang dari penculikan aktivitis pada masa orde baru. Hal ini membuatnya panas karena tidak pantas dibicarakan di dalam debat. Sehingga, debat Capres Prabowo pertama ini malah menimbulkan keraguan.

Selanjutnya, debat ketiga Capres dilaksanakan pada 7 Januari 2024 dengan tema Pertanahan, Keamanan, Hubungan Internasional, dan Geopolitik. Prabowo menyampaikan visi misinya,

“Indonesia menjunjung tinggi Undang-undang Dasar 1945, dengan tujuan nasionalnya melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia. Jadi, fungsi pertama negara adalah melindungi, berarti pertahanan.” (Prabowo, Capres Nomor urut 2)

“Ratusan tahun negara-negara dari jauh datang ke Nusantara ini untuk intervensi, untuk mengganggu, untuk adu domba, dan untuk mencuri kekayaan kita. Sampai kita merdeka kita pun harus berhadapan dengan kekayaan alam yang diambil murah. Karena itu, untuk menjadi negara makmur, untuk kita menjadi negara sejahtera, kita harus menjaga kekayaan, kita harus menjaga, dan habis itu kita harus mengelola kekayaan negara kita”. (Sambung Prabowo, 7 Januari)



Gambar 4. Capres Prabowo Subianto dalam Debat Ketiga
(Sumber : TVOne.com)

Tak hanya itu, Prabowo menyampaikan mengenai Indonesia yang akan terus menerus melakukan politik luar negeri dengan bebas aktif dengan Non-Blok yang tidak memihak. Sehingga, keamanan nasional tetap terjaga. Tetap dengan misinya, pidato dalam debat menekankan pada stabilitas pertahanan dan keamanan negara yang begitu penting. Tentunya dengan menjaga perdamaian dalam negeri.⁹

Berikutnya, pada tanggal 4 Februari 2024 dilangsungkan debat kelima Capres sebagai debat penutupan pemilu 2024. Debat kelima mengusung tema Kesejahteraan Sosial, Kebudayaan, Pendidikan, Teknologi Informasi, Kesehatan, Ketenagakerjaan, Sumber Daya Manusia, dan Inklusi. Prabowo menyampaikan bahwa ia akan meningkatkan kemakmuran rakyat Indonesia. Terutama memperbaiki kualitas hidup rakyat Indonesia dengan memberi makan bergizi untuk seluruh anak Indonesia. Berikut ungkapannya,

“Salah satu proyek strategis kita intinya adalah memberi makanan bergizi untuk seluruh anak Indonesia termasuk yang masih dalam kandungan ibunya. Dan selama sekolah, usia dini sampai dewasa. Ini akan mengatasi angka kematian ibu, ini akan mengatasi angka kurang gizi anak stunting, ini akan menghilangkan kemiskinan ekstrim, ini akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi kita.” (Ungkap Prabowo, Capres Nomor Urut 2)

“Kita harus memperbaiki gaji guru termasuk gaji honorer. Meningkatkan kompetensi guru. Kita harus memberi pelatihan-pelatihan, penataran-penataran, dan juga seluruh penyelenggara negara ASN, TNI/POLRI, penyuluh-penyuluh pertanian dimana-mana harus kita perbaiki gajinya sehingga kualitas hidup mereka menjadi baik, sehingga dapat memberikan pelayanan kepada rakyat dengan sebaik-baiknya.”(Sambung Prabowo)

⁹ Ramadhani, S. et.al. Retorika Politik Dalam Debat Capres Dan Cawapres 2024. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research. Vol. 4, No. 4. Hal. 15033-15049. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>



Gambar 5. Capres Prabowo dalam Debat Penutupan
(Sumber : KompasTV.com)

Demikian, debat Capres Prabowo Subianto yang berlangsung selama lima tahapan debat. Sepanjang prosesnya, Prabowo terus menunjukkan konsistensi terhadap upayanya meningkatkan pertahanan dan keamanan negara sebagai bentuk upaya menjaga rakyat agar tetap aman dan sejahtera. Menurutnya, pertahanan dan keamanan adalah strategi penting dalam menjaga kekayaan negara. Hal ini tentunya sejalan dengan latar belakang dirinya yang merupakan anggota pertahanan Indonesia.

Temuan dari Wawancara Timses Ganjar Pranowo

Berdasarkan hasil wawancara dengan Tim Sukses Ganjar Pranowo, diperoleh beberapa temuan penting mengenai strategi retorika dan publisitas politik yang digunakan Ganjar dalam debat capres dan kegiatan kampanye 2024.

Ganjar Pranowo menerapkan pendekatan retorik yang fokus pada penguatan nilai-nilai emosional dan budaya masyarakat Indonesia. Pendekatan retorika yang dilakukan Ganjar mencakup:

- **Pendekatan Emosional dan Storytelling:** Ganjar menggunakan bahasa yang sederhana dan efektif dalam menyampaikan visi dan misi. Ia mengoptimalkan teknik storytelling untuk membangun koneksi emosional dengan audiens, sehingga pesan yang disampaikan terasa lebih dekat dan relevan.
- **Teknik Retoris Khusus:** Dalam pidatonya, Ganjar banyak menggunakan teknik repetisi, metafora, dan anekdot untuk menciptakan kedekatan emosional, khususnya kepada pemilih muda. Bahasa yang digunakan cenderung santai, akrab, dan penuh humor, yang membedakan gaya komunikasinya dari kandidat lain.
- **Gaya Komunikasi Personal:** Ganjar dikenal dengan gaya komunikasi yang ringan, sederhana, dan mudah dicerna oleh masyarakat awam. Humor menjadi elemen penting untuk mencairkan suasana serta membangun suasana akrab di antara audiens.

Strategi komunikasi Ganjar bertujuan menjangkau audiens seluas mungkin dengan berbagai pendekatan:

- **Strategi Jangkauan Audiens:**

Ganjar memanfaatkan media sosial, kampanye di berbagai daerah, serta penggunaan bahasa sederhana agar pesan politiknya dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

- Respons terhadap Kritik:
Dalam menghadapi kritik atau tantangan, Ganjar menggunakan teknik retorika dengan mengakui kelemahan, memperbaiki kesalahan, dan menawarkan solusi konkret. Ia tetap menjaga bahasa santai dan komunikatif dalam menjawab isu-isu yang muncul.
- Pengukuran Dampak Pidato:
Tim Ganjar secara aktif melakukan riset dan survei online, termasuk analisis sentimen dan analisis tema, untuk menilai dampak pidato terhadap persepsi publik. Ini digunakan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan strategi retorika ke depan

Temuan dari Pidato Ganjar Pranowo pada Debat Capres 2024 di TV Nasional

Calon presiden Ganjar Pranowo tampil mengenakan setelan kemeja putih dengan motif di dada kanan kirinya. Ganjar mengungkapkan bahwa ia hanya ingin tahu dan paham tentang apa yang ingin disampaikan oleh rakyat. Disini ia banyak menyinggung keadaan yang terjadi di masyarakat. Terkesan tidak sesuai dengan tema debat pertama. Sehingga menimbulkan banyak kritikan. Namun, saat disinggung oleh Capres Prabowo mengenai kondisi pengangguran di Jawa Tengah dengan santai Ganjar menjawab,

“Ketika kami merancang kawasan-kawasan Industri, dan bagaimana percepatan itu kami lakukan. Kami duduk bersama para menteri, dan bahkan kami duduk dengan presiden. Kami punya pikiran yang sama dalam merancang ini, karena kita ingin menjemput 2025 sebagai negara maju, negara unggul.” (Ungkap Ganjar, Capres Nomor Urut 3)

“Bahkan proyek-proyek nasional yang ada di Jawa Tengah, saya bereskan Pak. Karena itu bentuk tanggungjawab kami sebagai wakil pemerintah pusat di daerah dan kami tahu posisi itu agar kita berada dalam satu barisan menjemput keunggulan Indonesia di 2025.” (Lanjutnya)



Gambar 6. Capres Ganjar saat Debat Pertama
(Sumber : KompasTV.com)

Selama debat pertama berlangsung, Ganjar memang hanya terkesan melakukan adaptasi saja. Ia bermain aman dan tidak menyinggung topik-topik sensitif kepada capres yang lain. Namun, pada debat berikutnya Ganjar seolah telah siap dengan strategi yang ia sampaikan. Adapun, pidato debat ketiga dari Capres Ganjar Pranowo

mengenai kondisi pertahanan Indonesia yang masih memprihatinkan sehingga perlu diprioritaskan. Visi misinya ia ungkapkan sebagai berikut,

“Politik luar negeri kita adalah alat untuk negosiasi terhadap dunia luar tapi kepentingan nasional harus nomor satu. Kenapa itu menjadi penting, karena kita musti betul-betul bisa melakukan reidefinisi terhadap politik luar negeri yang bebas aktif yang disesuaikan dengan kondisi kekinian.”

Dalam debat ketiga ini juga, Ganjar mendapatkan pertanyaan dari Capres Nomor Urut 1 mengenai penilaian kinerja terkait hukum pertahanan di Indonesia yang disebutkan Ganjar. Ganjar menanggapi bahwa,

“Ketika kita kemudian kita ingin membangun sistem pertahanan kita, maka dalam perencanaan kita tidak boleh gonta-ganti. Kita munti ajeg, munti konsisten. Kedua, musti mendengarkan betul-betul dari seluruh Matra. Maka, seluruh proses perencanaannya harus tepat.”

“Kritik untuk kritik itu menyehatkan, tidak ada urusan dengki di hati saya yang ada adalah bagaimana rasa cinta tanah air ini itu musti kita wujudkan. Agar kemudian, kita betul-betul bisa menjadi negara kuat di banyak area dan kita bicara di dunia internasional, disegani.”



Gambar 7. Ganjar menanggapi Pertanyaan dari Capres Nomor Urut 1
(Sumber : KompasTV.com)

Keinginan yang disampaikan Ganjar pada debat ketiga memuat tentang sistem pertahanan Indonesia yang memerlukan sistem pertahanan berlapis sehingga keamanan nasional tetap terjaga.

Selanjutnya, debat Capres kelima diikuti Ganjar dengan memberikan penyampaian mengenai program-program yang telah ia rencanakan jika terpilih menjadi presiden. Maka, dari itu berikut isi pidato Ganjar pada debat penutupan,

“Kenapa Ganjar Mahfud membuat satu desa, satu faskes, satu naskes? Karena kami ingin mereka mendapatkan yang terbaik. Dan kemudian, ibu, anak, lansia, disabilitas masyarakat adat akan mendapatkan peran yang sama di dalam layanan-layanan kesehatan. Dimana di daerah-daerah terisolir mereka membutuhkan akses ini.”

“Kalau itu sudah baik bapak ibu, maka pendidikan dan kebudayaan mesti kita bangun bersama-sama. Akses pendidikan yang baik, lebih inklusi, kemudian kurikulum yang mantap dan tentu saja fasilitas yang diberikan harus bisa memberikan akses yang terbaik untuk anak-anak didik kita.”



Gambar 8. Penyampaian Program Pendidikan pada Debat Kelima
(Sumber : KompasTV.com)

Dapat disimpulkan bahwa, kelima debat yang diikuti oleh Capres Ganjar Pranowo ini mendukung Indonesia maju menuju 2025 dimulai dengan ungkapannya mengenai sejalan dengan Presiden Jokowi yang tetap pada perbaikan- perbaikan. Serta, ia ingin tetap mendengarkan suara rakyat. Rakyat diatas segalanya, kesejahteraan rakyat menjadi paling utama yang dipikirkan oleh pemimpin. Begitu juga dalam melindungi rakyat dari serangan luar dengan meningkatkan pertahanan dan keamanan.

Pembahasan

Analisis Strategi Retorika Prabowo Subianto

Berdasarkan temuan penelitian, Prabowo Subianto mengoptimalkan **strategi retorika ethos** untuk membangun kredibilitas di hadapan publik. Gaya bahasa Prabowo yang tegas, penggunaan narasi tentang pengalaman militer, serta penyampaian visi besar "Indonesia Emas 2045" menjadi kekuatan utama dalam memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang siap membawa Indonesia ke arah kemajuan.

Mengacu pada teori retorika Aristoteles, Prabowo berhasil menonjolkan:

- **Ethos:** Penguatan kredibilitas dengan mengaitkan peran masa lalu dan jabatan Menteri Pertahanan.
- **Pathos:** Membangun optimisme nasional dan rasa bangga sebagai bangsa Indonesia.
- **Logos:** Penyampaian visi-misi yang logis dan terstruktur, meski dalam gaya formal dan lugas.

Selain itu, Prabowo menunjukkan kematangan dalam mengendalikan emosinya di tengah kritik politik, memperkuat kesan jiwa besar dan ksatria.

Analisis Strategi Retorika Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo menerapkan strategi retorika yang lebih berfokus pada **pathos** dan **ethos**, dengan pendekatan storytelling, humor, serta bahasa yang santai.

Gaya komunikasinya yang naratif membuat audiens, terutama generasi muda, merasa lebih terhubung secara emosional.

Berdasarkan teori retorika:

- **Ethos:** Ditampilkan melalui citra pemimpin sederhana, dekat dengan rakyat, dan komunikatif.
- **Pathos:** Dikuatkan lewat penggunaan anekdot, humor, serta bahasa sehari-hari untuk membangun kedekatan emosional.
- **Logos:** Tetap digunakan, namun lebih dalam bentuk penyampaian solusi konkrit terhadap isu-isu publik.

Teknik responsif terhadap kritik, di mana Ganjar mengakui kekurangan dan menawarkan perbaikan, memperkuat persepsi positif tentang keterbukaannya terhadap dialog dan perbaikan.

Publisitas Politik Prabowo dan Ganjar

Dalam konteks publisitas politik:

- **Prabowo** lebih banyak mengandalkan **media konvensional** seperti televisi nasional dan pemberitaan mainstream untuk membangun citranya. Ia tetap mengutamakan pesan formal, nasionalistik, dan citra kekuatan negara.
- **Ganjar** menggunakan pendekatan **multiplatform**, memanfaatkan televisi, media sosial, serta kampanye lapangan untuk menjangkau audiens yang lebih beragam, terutama generasi muda.

Media sosial menjadi senjata utama Ganjar untuk memperluas pengaruhnya, sedangkan Prabowo tetap efektif dalam menjangkau masyarakat luas melalui media tradisional yang memiliki audiens yang besar dan stabil.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi retorika dan publisitas politik dalam pidato Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo pada debat capres 2024 di televisi nasional, dapat disimpulkan bahwa kedua kandidat menggunakan pendekatan retorika secara efektif namun dengan karakteristik yang berbeda. Prabowo Subianto lebih menonjolkan unsur ethos, membangun kredibilitas melalui penguatan latar belakang militer dan pengalaman dalam pemerintahan. Gaya komunikasi Prabowo cenderung tegas, nasionalistik, dan fokus pada visi besar seperti pencapaian "Indonesia Emas 2045", yang bertujuan menumbuhkan rasa optimisme dan nasionalisme di kalangan audiens.

Di sisi lain, Ganjar Pranowo lebih mengedepankan pendekatan pathos dengan membangun hubungan emosional yang kuat melalui storytelling, penggunaan humor, dan bahasa sehari-hari yang akrab di telinga masyarakat. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menarik perhatian pemilih muda dan segmen masyarakat urban yang cenderung mengutamakan keterbukaan dan kedekatan emosional dalam memilih calon pemimpin.

Dalam konteks publisitas politik, Prabowo lebih banyak memanfaatkan media konvensional seperti televisi nasional untuk menjangkau masyarakat luas, sedangkan Ganjar memanfaatkan multiplatform, khususnya media sosial, untuk memperluas jangkauan pesannya kepada berbagai segmen audiens. Perbedaan pendekatan ini mencerminkan karakter masing-masing kandidat serta strategi mereka dalam

mengoptimalkan potensi media yang ada. Secara keseluruhan, baik Prabowo maupun Ganjar berhasil menggunakan retorika dan publisitas politik untuk memperkuat citra dan daya tarik mereka di mata publik.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi kandidat politik di masa depan, penting untuk menyesuaikan strategi retorika dengan karakter audiens yang dituju. Penggunaan pendekatan emosional yang kuat, kredibilitas yang terjaga, serta argumentasi yang logis tetap menjadi kunci keberhasilan dalam membangun koneksi dengan masyarakat. Selain itu, adaptasi terhadap perkembangan teknologi media, khususnya penggunaan media sosial, sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan komunikasi politik secara efektif.

Kedua, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan pendekatan kuantitatif agar dapat mengukur secara statistik sejauh mana efektivitas strategi retorika dan publisitas politik terhadap perubahan opini publik. Analisis mengenai pengaruh framing media terhadap persepsi masyarakat terhadap pidato politik juga dapat menjadi arah penelitian yang relevan.

Ketiga, bagi penyelenggara debat politik, diharapkan dapat terus mengembangkan format debat yang mendorong transparansi visi-misi, adu gagasan yang sehat, serta menampilkan kualitas komunikasi politik kandidat secara adil dan proporsional. Debat politik seharusnya tidak hanya menjadi ajang formalitas, tetapi juga sarana pendidikan politik yang mencerdaskan masyarakat sebagai pemilih yang rasional.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arsani, A., El-Adawiyah, S., & Satispi, E. (2020). Retorika politik pasangan Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat pada debat politik Pilkada DKI Jakarta 2017. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 75- 91.
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Barata, M. F., & Simanjuntak, M. B. (2023). Dibalik layar kampanye: Mengurai strategi publisitas dan propaganda politik dalam pemilihan presiden. *Mekas: Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(1), 48-65.
- Heryanto, G. G. (2013). *Komunikasi politik: Media massa dan demokrasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ramacitti, R. (1990). *Public Relations: The Profession and the Practice*. West Publishing Company.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial

Volume 10, Number 5, 2025

E-ISSN: 2988-1986

Open Access:

