

**IMPLEMENTASI RETORIKA ALAN H. MONROE DALAM
KAMPANYE PRABOWO SUBIANTO DI KOMPAS.COM
(ANALISIS ISI KUALITATIF PIDATO
“TAMPANG BOYOLALI”)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh

Nama: Liza Rosalia

NIM: 1506015202

Peminatan: Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2019**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liza Rosalia
NIM : 1506015202
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Implementasi Retorika Alan H. Monroe Dalam Kampanye
Prabowo Subianto di Kompas.com (Analisis Isi Kualitatif
Pidato “Tampang Boyolali”)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 01 Maret 2019

Yang Menyatakan

Liza Rosalia

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul : Implementasi Retorika Alan H. Monroe Dalam Kampanye
Prabowo Subianto di Kompas.com (Analisis Isi
Kualitatif Pidato “Tampang Boyolali”)
Nama : Liza Rosalia
NIM : 1506015202
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Tanggal: 16 Mei 2019



Farida Hariyati, SIP., MIKom.

Tanggal: 16 Mei 2019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul : Implementasi Retorika Alan H. Monroe Dalam Kampanye
Prabowo Subianto di Kompas.com (Analisis Isi
Kualitatif Pidato "Tampang Boyolali")
Nama : Liza Rosalia
NIM : 1506015202
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Sabtu, 25 Mei 2019 dan dinyatakan LULUS.

Penguji I



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

Tanggal: 26 Juni 2019

Penguji II



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal: 26 Juni 2019

Pembimbing I



Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.
Tanggal: 25 Juni 2019

Pembimbing II

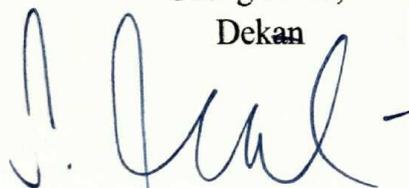


Farida Hariyati, SIP., MIKom.

Tanggal: 26 Juni 2019

Mengetahui,

Dekan



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

Tanggal: 26 Juni 2019

ABSTRAK

Judul : Implementasi Retorika Alan H. Monroe Dalam Kampanye Prabowo Subianto di Kompas.com (Analisis Isi Kualitatif Pidato “Tampang Boyolali”)
Nama : Liza Rosalia
NIM : 1506015202
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Halaman : 97 + xix halaman + 2 gambar + 4 tabel + 30 lampiran

Pidato adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi pendengar dan menghibur. Salah satu fungsi pidato yakni mencapai tujuan politik. Beberapa bentuk komunikasi politik yang sudah lama dilakukan oleh politikus antara lain melalui retorika politik. Adapun pidato yang sempat mendapat perhatian masyarakat mengenai pidato Prabowo Subianto yang populer dengan sebutan pidato “Tampang Boyolali”. Fokus penelitian ini adalah memahami pengorganisasian pesan dan analisis isi kualitatif implementasi retorika Alan H. Monroe dalam kampanye Prabowo Subianto pada pidato “Tampang Boyolali” di Kompas.com.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konsep retorika yang digunakan adalah menggunakan konsep penyusunan pesan Alan H. Monroe. Tahapan ini digunakan untuk melihat tahapan motivasi pada pidato Prabowo Subianto. Peneliti juga menggunakan teori persuasi untuk melihat tiga unsur aspek yang digunakan pada retorika Prabowo yakni aspek *ethos*, *pathos*, *logos*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan, jenis penelitian deskriptif, dan metode Analisis isi kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi, analisis data dilakukan dengan analisis isi kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Prabowo Subianto pada pidato “Tampang Boyolali” memenuhi 5 indikator penyusunan pesan Alan H. Monroe. Kelima indikator tersebut meliputi tahap perhatian, kebutuhan, kepuasan, visualisasi dan tindakan. Prabowo menggunakan gaya persuasi untuk mempengaruhi khalayak dengan aspek *pathos* (*emotional appeals*) yang didasarkan pada emosi membangkitkan perasaan-perasaan untuk membangkitkan motif sekelompok orang agar berpikir dan bertindak tentang sesuatu.

Kata Kunci: Retorika, 5 Indikator Alan H. Monroe, Prabowo Subianto, Pidato Tampang Boyolali

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Waabarakatuh.

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Implementasi Retorika Alan H. Monroe Dalam Kampanye Prabowo Subianto di Kompas.com (Analisis Isi Kualitatif Pidato “Tampang Boyolali”)**”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat-Nya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih antara lain kepada:

1. Said Romadlan, S.Sos., M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA)
2. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom., sebagai Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA)
3. Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si., sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA)
4. Farida Hariyati, SIP., M.IKom., sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA) dan

sekaligus dosen pembimbing 2 yang sudah membimbing, mengingatkan, dan mengarahkan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si., sebagai dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing, mengingatkan, memberikan petunjuk dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dra. Tellys Corliana, M.Hum., sebagai dosen penguji 2 yang sudah mengarahkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh civitas akademik FISIP UHAMKA, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Kedua orang Tua tersayang, Papa, Mama dan keluarga besar penulis atas dukungan dan semangat yang telah diberikan.
9. Seluruh tim kerja BKHP UHAMKA, yang telah memberikan semangat.
10. Para kerabat yang tidak henti-hentinya memberikan semangat secara tersirat maupun tersurat: Muhammad Abi Al Haq, yang selalu membantu. Dede Kurnia, Komunitas Jelajah, Wini, Halimah, Rama, teman-teman FISIP'15 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan bagi pembaca. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 01 Maret 2019

Liza Rosalia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (COVER)	
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Pembatasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Kontribusi Penelitian.....	13
1.5.1. Kontribusi Akademis.....	13

1.5.2.	Kontribusi Metodologis	13
1.5.3.	Kontribusi Praktis	13
1.5.4.	Kontribusi Sosial	14
1.6.	Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	14
1.7.	Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....		16
2.1.	Paradigma Konstruktivis	16
2.2.	Hakekat Komunikasi.....	19
2.2.1.	Definisi Komunikasi.....	20
2.2.2.	Fungsi Komunikasi.....	21
2.2.3.	Elemen Komunikasi	21
2.2.4.	Model Komunikasi Aristoteles.....	22
2.2.5.	Konteks Komunikasi	24
2.3.	Hubungan Masyarakat atau <i>Public Relations</i>	26
2.3.1.	Definisi Humas atau <i>Public Relations</i>	26
2.3.2.	Tujuan <i>Public Relations</i>	27
2.3.3.	Fungsi <i>Public Relations</i>	28
2.3.4.	Tugas <i>Public Relations</i>	27
2.3.5.	Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	29

2.3.6.	Humas Dalam Lembaga Profit dan Non Profit	30
2.3.6.1.	Humas Profit	30
2.3.6.2.	Humas Non Profit	31
2.3.7.	Humas Internal dan Humas Eksternal	32
2.3.7.1.	Humas Internal	32
2.3.7.2.	Humas Eksternal	32
2.3.8.	<i>Public Relations</i> Politik	33
2.4.	Komunikasi Politik	33
2.4.1.	Definis Komunikasi Politik	33
2.4.2.	Citra Politik	34
2.5.	Komunikasi Publik	35
2.5.1.	Definisi Komunikasi Publik	35
2.5.2.	Karakteristik Komunikasi Publik	35
2.6.	Retorika	36
2.6.1.	Definisi Retorika	36
2.6.2.	Fungsi Retorika	37

2.7.	Konsep Retorika Alan H. Monroe	37
2.8.	Teori Persuasi	40
2.9.	Pidato	44
2.9.1.	Definisi Pidato	44
2.9.2.	Jenis-Jenis Pidato	45
2.9.3.	Teknik Pengembangan Pembahasan.....	46
2.10.	Kampanye	48
2.10.1.	Definisi Kampanye	48
2.10.2.	Jenis-jenis Kampanye	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		50
3.1.	Pendekatan, Jenis, dan Metodologi Penelitian	50
3.1.1.	Pendekatan Kualitatif	50
3.1.2.	Jenis Penelitian Deskriptif	52
3.1.3.	Metodologi Penelitian	52
3.2.	Unit Analisis atau Unit Pengamatan	53
3.3.	Penentuan Narasumber	53
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.3.1.	Wawancara.....	53

3.3.2. Dokumentasi.....	56
3.5. Metode Analisis Data	56
3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi Obyek/Subyek Penelitian	59
4.1.1. Prabowo Subianto	59
4.1.2. Kompas.com	61
4.2. Hasil Penelitian	62
4.2.1. Pengorganisasian Pesan Pada Pidato “Tampang Boyolali” Yang Dilakukan Dalam Kampanye Prabowo Subianto.....	63
4.2.2. Analisis Isi Kualitatif Implementasi Retorika Alan H. Monroe Dalam Kampanye Prabowo Subianto Pada Pidato “Tampang Boyolali” Di Kompas.com.....	78
4.3. Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Saran-saran/Rekomendasi	96
5.2.1. Saran Akademis	96

5.2.2.	Saran Metodologis	96
5.2.3	Saran Praktis	96
5.2.4	Saran Sosial	97

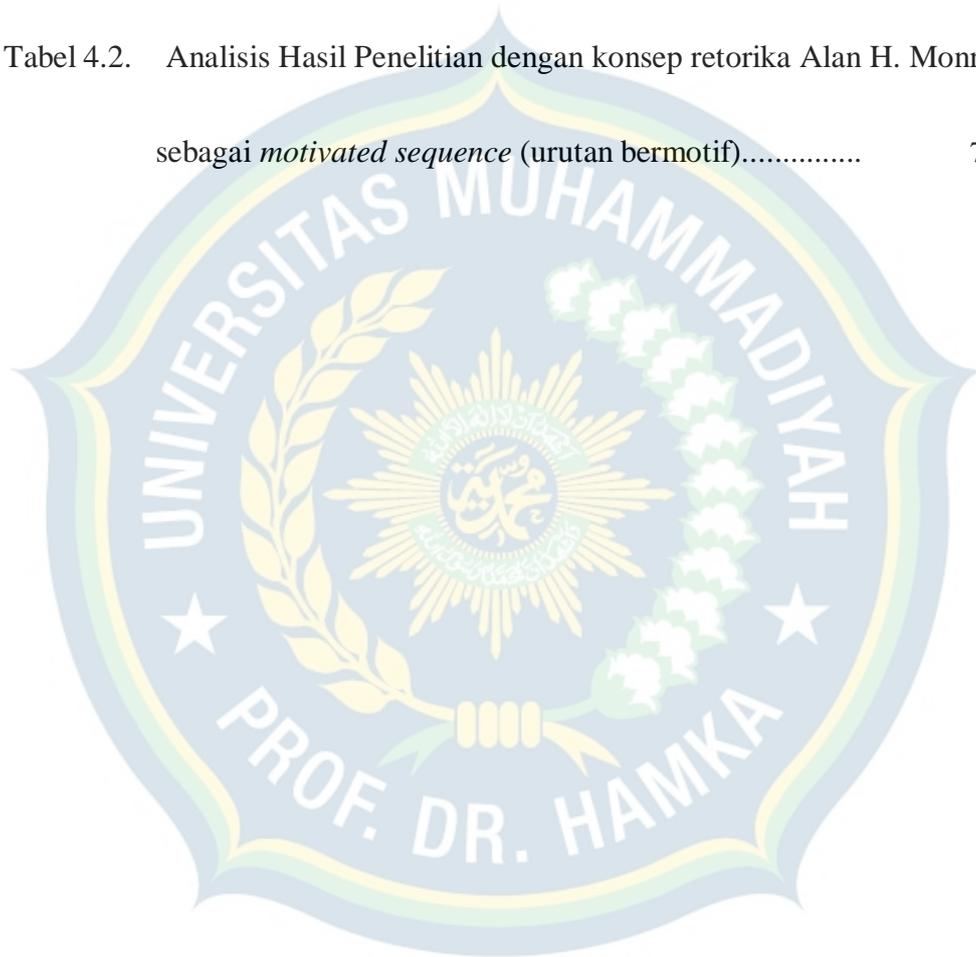
DAFTAR PUSTAKA	xvi
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



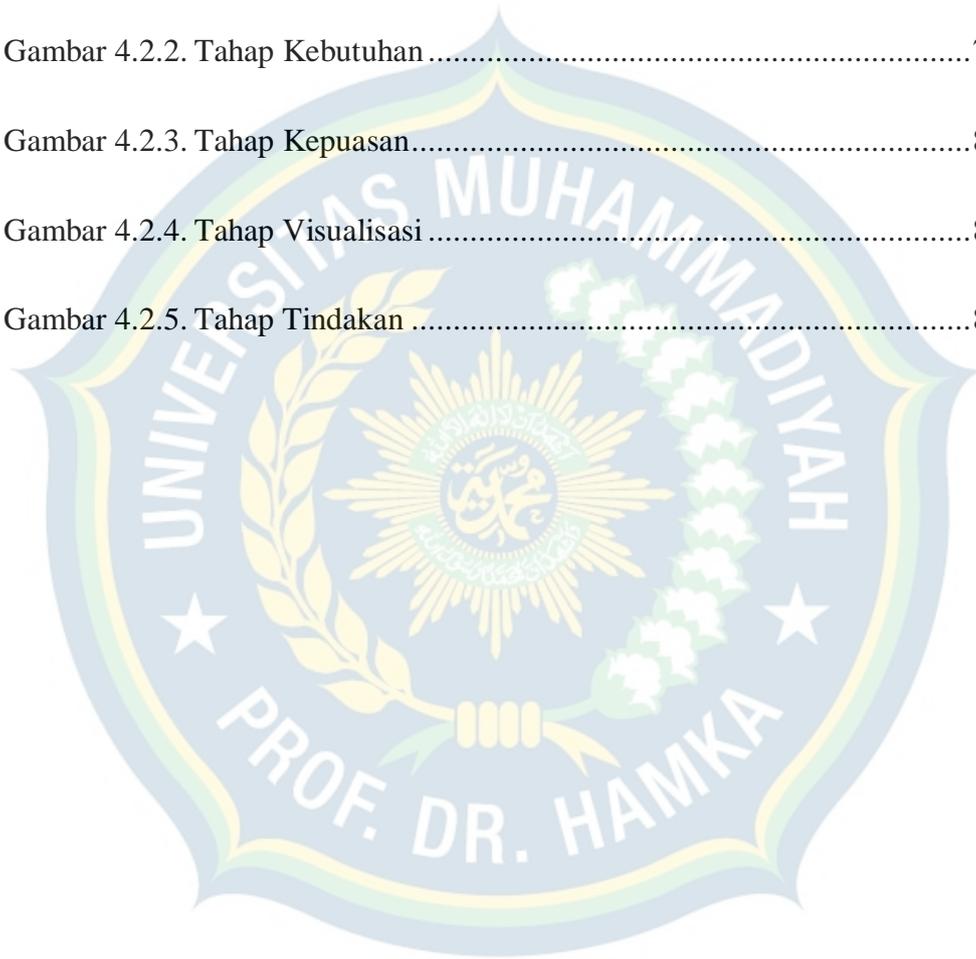
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Asumsi Mengenai Konstruktivisme.....	17
Tabel 3.1. Lokasi dan Jadwal Penelitian	58
Tabel 4.1. Pengorganisasian Pesan	66
Tabel 4.2. Analisis Hasil Penelitian dengan konsep retorika Alan H. Monroe sebagai <i>motivated sequence</i> (urutan bermotif).....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Aristoteles	23
Gambar 4.1. Prabowo Subianto	59
Gambar 4.2.1. Tahap Perhatian	78
Gambar 4.2.2. Tahap Kebutuhan	79
Gambar 4.2.3. Tahap Kepuasan.....	80
Gambar 4.2.4. Tahap Visualisasi	84
Gambar 4.2.5. Tahap Tindakan	85



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Oleh sebab itu menurut Dr. Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii (dalam Cangara, 2008:1) komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas. Sepanjang manusia ingin hidup, ia perlu berkomunikasi.

Namun, dalam proses berkomunikasi tidak selamanya lancar, kegagalan dalam berkomunikasi sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Akibat kegagalan berkomunikasi sering menimbulkan kesalahpahaman, kerugian, dan bahkan malapetaka. Risiko tersebut tidak hanya pada tingkat individu, tetapi juga pada tingkat lembaga, komunitas, dan bahkan negara.

Menurut *Gerald R. Miller* (dalam Mulyana, 2007:68) komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Dari definisi tersebut dijelaskan bahwa komunikasi bertujuan untuk membangun hubungan antara sesama manusia agar terjadi interaksi dan juga pertukaran informasi yang disampaikan. Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Indikator paling umum untuk

mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi, maka dikenal komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

Melalui komunikasi, seseorang berusaha mendefinisikan sesuatu agar maksud yang diinginkan dapat diketahui orang lain. Adapun jika seseorang ingin mengkomunikasikan mengenai pendapatnya, memberikan gambaran tentang sesuatu hal yang ingin disampaikan kepada masyarakat dan agar apa yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak diperlukan kegiatan berbicara di depan umum yang disebut pidato. Pidato adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi pendengar dan menghibur.

Menurut Syam (dalam Rakhmat 2006:7) Pidato adalah teknik pemakaian kata-kata atau bahasa secara efektif yang berarti keterampilan atau kemahiran dalam memilih kata yang dapat mempengaruhi komunikan tersebut. Pidato biasanya dipergunakan oleh seorang pemimpin suatu negara, kelompok, atau lainnya dalam berorasi didepan khalayak ramai.

Komunikasi antar seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu disebut dengan komunikasi publik. Komunikasi publik seperti pidato biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok karena menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang.

Pidato dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai permasalahan seperti ekonomi, politik dan budaya. Salah satu fungsi pidato untuk mencapai tujuan politik yang dilakukan dan diarahkan untuk mencapai dukungan adalah aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh politikus. Beberapa bentuk komunikasi politik yang sudah lama dilakukan oleh politikus antara lain retorika politik. Dengan berpidato kepada khalayak secara terbuka akan berlangsung proses persuasi itulah sebabnya Dan Nimmo (dalam Arifin 2003:142) menyebut pidato adalah negosiasi, dengan retorika politik akan tercipta masyarakat dengan negosiasi (konflik dan konsensus) yang terus berlangsung.

Retorika politik menjadi salah satu bentuk penyampaian pesan politik. Retorika berarti ilmu bicara. Cleant dan Robert Penn Warren dalam bukunya, *Modern Rhetoric*, mendefinisikan retorika sebagai *the art of using language effectively* atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Kedua pengertian tersebut menunjukkan bahwa retorika mempunyai pengertian sempit: mengenai bicara, dan pengertian luas: penggunaan bahasa, bisa lisan, dapat juga tulisan. Oleh karena itu, ada sementara orang yang mengartikan retorika sebagai *public speaking* atau pidato di depan umum, banyak juga yang beranggapan bahwa retorika tidak hanya berarti pidato di depan umum, tetapi juga seni menulis (Effendy, 1990:53).

Pada abad kedua puluh, retorika mengambil manfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan modern khususnya ilmu-ilmu perilaku psikologi dan sosiologi. Istilah retorika pun mulai digeser oleh *speech, speech communication*, atau *oral communication*, atau *public speaking*. Salah satu tokoh retorika mutakhir adalah

Alan H. Monroe yang berjasa dalam meneliti proses motivasi. Menurut Monroe (dalam Rakhmat, 2005:15), pesan harus disusun berdasarkan proses berpikir manusia yang disebutnya *motivated sequence*. Pengorganisasian pesan dapat dilihat menurut isi pesan itu sendiri atau dengan mengikuti proses berpikir manusia.

Tahun 2018 merupakan tahun politik bagi bangsa Indonesia. Ini karena pada tahun berikutnya yakni pada April 2019 akan ada pesta demokrasi di Indonesia yang akan berlangsung pemilihan presiden dan wakilnya, pemilihan anggota DPR serta DPD yang menghangatkan kompetisi dunia politik tanah air. Banyak aktor politik melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan simpati khalayak, salah satunya dengan melakukan kampanye. Kampanye adalah sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Rakhmat, 2007:7).

Kampanye politik, dalam hal tersebut yang paling signifikan adalah tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh kandidat. Masing-masing berusaha membawa tema atau topik tertentu untuk ditawarkan pada masyarakat. Umum kita ketahui masing-masing kandidat mempersiapkan pertandingan politik dan masing-masing berlomba-lomba untuk memenangkan pemilu. Mereka berusaha untuk melakukan komunikasi yang persuasif yang bertujuan untuk membujuk, mempengaruhi dan mengubah tindakan serta menarik perhatian pemilih.

Dalam tulisan Eki Baihaki di *Kompas.com*, ia mengutip pandangan idealis Plato, yang sejatinya kata-kata yang keluar dari mulut politisi adalah sarana mengembangkan kesadaran kemanusiaan untuk menyampaikan kebenaran dan keyakinan positif. Politisi adalah moralis “pemintai kata-kata”.¹

Jika berbicara terkait politik, akan selalu ada dinamika bahkan selalu menimbulkan perdebatan ringan hingga konflik. Menurutnya, bicara penting bagi *nation branding*. Realitas politik saat ini menjadikan masyarakat awam bingung dalam memaknai realitas yang nyata atau yang maya, yang asli atau yang manipulatif dalam dunia yang melebur penuh kegaduhan yang disumbang oleh para politisi, juga konflik yang berkembang di media sosial.

Seorang politisi yang telah mampu berbicara baik, hakikatnya telah melakukan *personal branding* bagi dirinya termasuk partainya. Selanjutnya menumbuhkan reputasi baik bagi diri, partai bahkan bagi hadirnya Indonesia yang lebih baik.

Saat ini masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan mengunggah informasi melalui media sosial seperti twitter, youtube, instagram, dan facebook. Banyak sekali penyebaran berita yang menggunakan judul provokatif atau bersifat menghasut agar pembaca mengklik artikel (*clickbait*) dan mengunggah video yang dipotong sehingga menggiring pada opini negatif masyarakat dan membuat maknanya menjadi berbeda. Apalagi melihat situasi di masyarakat saat ini, jika membahas mengenai berita politik masyarakat menjadi mudah percaya dan

¹<https://nasional.kompas.com/read/2018/bicara-baik-di-tahun-politik>. diakses pada 28 November 2018 pada pukul 23.00

tersulut emosi akan penyebaran informasi yang masif dan belum dapat dipastikan kebenarannya.

Salah satu kasus yang bisa dijadikan contoh adalah kasus yang sempat menghebohkan masyarakat mengenai video pidato mantan gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok. Saat itu Ahok di Kepulauan Seribu pada 27 September 2016 yang disebar oleh Buni Yani di akun Facebook nya mengenai cuplikan video pernyataan Ahok mengenai surat Al Maidah ayat 51. Ahok pun dilaporkan ke polisi dengan tuduhan penistaan agama.

Mirip dengan kasus Ahok, pada Oktober 2018 lalu sempat viral pidato Prabowo Subianto yang dikenal publik dengan pidato “Tampang Boyolali”. Namun sebelum pidato “Tampang Boyolali” menjadi viral, sebelumnya cuplikan pidato Ketua Umum Partai Gerindra tersebut yang dirilis melalui akun Facebook resmi partai Gerindra pada September 2017 lalu juga menjadi bahan perbincangan karena Prabowo mengatakan bahwa ia mengutip dari sebuah tulisan novel fiksi ilmiah dari dua penulis asal Amerika Serikat berjudul *Ghost Fleet* yang mengkaji di mana Republik Indonesia sudah dinyatakan tidak ada lagi tahun 2030. Menurut Prabowo di luar negeri ada namanya *scenario writing* yang bentuknya mungkin novel, tapi penulisnya adalah ahli intelijen strategis.²

Adapun pidato yang sempat mendapat perhatian masyarakat mengenai pidato Prabowo Subianto tersebut yang ia sampaikan pada saat berpidato dalam

²www.merdeka.com/politik/prabowo-ungkap-kajian-indonesia-bubar-2030-ini-penjelasan-gerindra.html. Diakses pada tanggal 01 Desember 2018 pada pukul 12.20

acara peresmian kantor pemenangan Prabowo-Sandi di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah, Selasa tanggal 30 Oktober 2018.

Penggalan pidato Prabowo tersebut yang menjadi sorotan adalah “...*dan saya yakin kalian enggak pernah masuk hotel-hotel tersebut, betul? Mungkin kalian diusir tampang kalian tidak tampang orang kaya, tampang kalian ya tampang orang Boyolali ini.*” Karena ungkapan tersebut Prabowo dilaporkan oleh sejumlah warga bahkan terjadi aksi unjuk rasa oleh ribuan orang juga digelar menyikapi potongan video pidato Prabowo dan dianggap menyinggung masyarakat setempat.³

Dalam berpidato, khususnya pidato politik, seorang aktor politik dalam pemakaian bahasa pada pidato politik juga berpengaruh dalam membangun citra. Citra yang baik akan menumbuhkan reputasi baik, tidak hanya bagi diri seorang tokoh politik, namun juga bagi partainya. Tak hanya itu, citra yang baik bagi seorang tokoh politik akan menaikkan *rating* atau meningkatkan pencitraan calon peserta pemilihan. Karena bahasa tidaklah netral, tetapi tergantung siapa yang menggunakan atau menyampaikannya maka penelitian tentang bagaimana kemampuan berbicara atau retorika seorang tokoh politik dalam pidato atau orasi politik menarik dan penting untuk dilakukan.

Dari pemaparan diatas, melatarbelakangi dibuatnya penelitian ini untuk memahami bagaimana retorika seorang aktor politik, Prabowo Subianto pada pidato “Tampang Boyolali”.

³<http://regional.kompas.com/read/2018/11/05/5-fakta-penting-kasus-tampang-boyolali-pidato-lengkap-prabowo-hingga-menuai-gelombang-protos>. Diakses pada 01 Desember 2018 pada pukul 20.39

Sebelum penelitian ini dilakukan, telah ditelusuri beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini yang dapat dijadikan rujukan dalam melakukan penelitian.

1. **Duwi Sri Lestari**, Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA Tahun 2012 yang berjudul “Penerapan teori Dramatisme dalam retorika persuasif (Analisis isi Kualitatif Retorika Persuasif Ustadz M. Nur Maulana Dalam Program Islam Itu Indah di Trans Tv)”. Dalam penelitian tersebut, penyusun mengkaji mengenai retorika persuasif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan yaitu analisis isi kualitatif, dengan teknik pengumpulan data dokumentasi, penelusuran data *online* dan observasi non partisipan. Dengan menggunakan teori Dramatisme dari Kenneth Burke hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Ustadz M Nur Maulana sebagai pembicara telah memenuhi kategorisasi mengenai retorika persuasif dari Burke dalam teori Dramatisme yaitu 5 elemen dalam *human drama* yang dipaparkan oleh Burke yaitu; *Act, Scene, Agent, Agency* dan *Purpose. Guilt Redemption Cycle* yang digunakan Ustadz Maulana yaitu dengan cara menyalahkan diri sendiri (*selfblame*).

Perbedaan penelitian tersebut dengan yang penulis buat adalah penyusun menggunakan retorika persuasif dari Burke dalam Teori Dramatisme. Sedangkan penulis menggunakan retorika Alan H. Monroe mengenai pesan bermotif.

2. **Hilman Sandrio Amarullah**, Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA Tahun 2016 yang berjudul “Implementasi Teori Alan H. Monroe dalam Rumah Cerita Anak Melalui Dongeng Terhadap Anak Usia Dini Pada Program *School to School* di Jakarta Selatan”. Dalam penelitian tersebut penyusun mengkaji bagaimana implementasi teori Alan H. Monroe di Rumah Cerita Anak melalui dongeng untuk anak usia dini pada program *School to school* di Jakarta Selatan. Penelitian tersebut menggunakan paradigma konstruktivisme dan Teori Alan H. Monroe. Penyusun juga menggunakan teori retorika persuasif untuk melihat pendapat, sikap, dan tindakan seseorang. Pendekatan penelitian tersebut adalah kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Rumah Cerita Anak pada program *school to school* memenuhi 5 indikator yang terdapat dalam teori Alan H. Monroe. Kelima indikator tersebut meliputi perhatian (*attention*), kebutuhan (*need*), kepuasan (*satisfaction*), visualisasi (*visualization*) dan tindakan (*action*). Dalam menjalankan program *school to school*, Rumah Cerita Anak menggunakan retorika persuasif untuk mempengaruhi audiens, anak-anak agar mengenal ragam budaya Indonesia sejak dini yang dikemas melalui dongeng.

Perbedaan penelitian tersebut dengan yang penulis buat adalah penyusun menerapkan Teori Alan H. Monroe dalam konteks penelitian melalui dongeng. Sedangkan penulis menerapkan retorika Alan H. Monroe melalui pidato yang disampaikan oleh aktor politik.

3. **Gita Savitri**, Universitas Indonesia Tahun 2014 yang berjudul “Konstruksi Retorika Politik dalam Restorasi Citra: Analisis Pers Boediono dalam Kasus Century”. Penyusun menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi. Penelitian tersebut menggunakan teori pemulihan citra dengan pendekatan retorika William L. Benoit dan menghasilkan bahwa konstruksi retorika politik yang digunakan oleh Boediono untuk merestorasi citranya selama situasi krisis telah digunakan dalam pernyataan persnya. Kedua konstruksi citra dengan teknik restorasi citra mampu mendorong opini publik menjadi positif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Restorasi Citra dari Benoit efektif apabila digunakan oleh pemerintah khususnya pejabat negara yang suatu saat dihadapkan pada situasi kritis. Perbedaan penelitian diatas dengan yang penulis susun adalah pada teori yang digunakan. Penyusun menggunakan teori pemulihan citra William L. Benoit, sedangkan penulis menggunakan retorika Alan H. Monroe.
4. **Pandu Wicaksana**, Universitas Indonesia Tahun 2012 yang berjudul “Analisis Wacana Kritis terhadap retorika hubungan Islam dan Amerika Serikat dalam pidato Susilo Bambang Yudhoyono di Universitas Harvard”. Dalam penelitian tersebut menggunakan Analisis Wacana Kritis dan teori benturan yang mencoba menjabarkan formasi retorika, strategi serta motivasi yang dibangun oleh SBY. Dalam hasil penelitiannya peneliti menunjukkan bahwa adanya kecenderungan untuk memperkuat

citra Indonesia di mata dunia alih-alih memposisikan Islam sebagai rekan Amerika dalam mencapai perdamaian dunia.

Persamaan penelitian ini dengan yang penyusun teliti adalah sama-sama meneliti mengenai retorika melalui sebuah pidato. Namun perbedaannya dengan yang peneliti susun adalah peneliti tersebut menggunakan Analisis Wacana Kritis sedangkan peneliti menggunakan Analisis Isi Kualitatif.

5. **Achmad Fauzi**, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018 yang berjudul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad”. Dalam penelitian tersebut penyusun membahas fokus mengenai gaya retorika Ustadz Abdul Somad dalam ceramah. Penyusun menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan teknis analisis data model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan gaya retorika dakwah Ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa gaya bahasa, yakni gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yaitu gaya bahasa percakapan, gaya berdasarkan nada, yaitu gaya menengah, gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yakni gaya bahasa ironi, personifikasi, hiperbola, sinopsis, erotesis. Persamaan dengan penelitian yang peneliti susun adalah sama-sama meneliti tentang retorika. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah penyusun menggunakan retorika dakwah sedangkan peneliti menggunakan retorika Alan. H. Monroe.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengorganisasian pesan pada pidato “Tampang Boyolali” yang dilakukan dalam kampanye Prabowo Subianto?
2. Bagaimana implementasi retorika Alan H. Monroe dalam kampanye Prabowo Subianto pada pidato “Tampang Boyolali” di Kompas.com?

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan upaya untuk mengidentifikasi dan membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian agar lebih terarah, maka penulis membatasi permasalahan ini sebagai berikut:

1. Pidato “Tampang Boyolali”
2. Prabowo Subianto
3. Retorika Alan H. Monroe

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk memahami pengorganisasian pesan Alan H. Monroe pada pidato “Tampang Boyolali” yang dilakukan dalam kampanye Prabowo Subianto
2. Untuk memahami implementasi retorika Alan H. Monroe dalam kampanye Prabowo Subianto pada pidato “Tampang Boyolali” di Kompas.com

1.5. Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian merupakan manfaat dari setiap penelitian yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi manfaat baik bagi objek atau peneliti dan juga bagi seluruh komponen yang terlibat di dalamnya. Kontribusi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana edukasi yang informatif bagi perkembangan ilmu komunikasi dan dapat memberikan gambaran mengenai teori persuasi, serta memiliki manfaat dalam mengembangkan ilmu retorika terutama dalam retorika Alan H. Monroe mengenai lima tahapan penyusunan pesan pidato bermotif: perhatian, kebutuhan, pemuasan, visualisasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya di masa yang akan datang khususnya untuk ilmu retorika dan teori persuasi.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan referensi terkait pendekatan kualitatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat diterapkan dalam metode-metode baru dengan objek penelitian yang berbeda.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi praktisi humas untuk dapat mengetahui lebih dalam mengenai ilmu retorika melalui pidato, terutama dalam upaya persuasi untuk mempengaruhi pilihan khalayak.

1.5.4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi bagi masyarakat luas agar mampu menjadi seorang pembicara yang baik, sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh pendengar.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dan keterbatasan pada penelitian adalah beberapa kendala yang diperoleh selama penelitian yaitu sulitnya untuk bertemu informan dikarenakan kesibukkan informan yang begitu padat menjelang Pemilihan Presiden 2019.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun skripsi ini untuk memberikan gambaran mengenai materi pokok penelitian, terdiri dalam bab-bab adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan Masalah, Kontribusi Penelitian yang terdiri dari kontribusi akademis, kontribusi metodologis, kontribusi praktis, dan kontribusi sosial. Selain itu terdapat Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.

BAB II: LANDASAN PEMIKIRAN

Bab ini berisi penjelasan yang terdiri dari paradigma penelitian, hakikat komunikasi yang terdiri dari definisi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, fungsi komunikasi, model komunikasi, dan konteks komunikasi. Teori Peminatan (Kehumasan), definisi humas, tujuan humas, fungsi humas, tugas humas, ruang

lingkup humas, humas dalam lembaga profit dan nonprofit, humas internal dan eksternal. Komunikasi publik, definisi komunikasi publik, karakteristik komunikasi publik, komunikasi politik, definisi komunikasi politik, citra politik, retorika, konsep Alan H. Monroe, teori persuasi, pidato, definisi pidato, jenis-jenis pidato kampanye, definisi kampanye, jenis-jenis kampanye dan konsep-konsep terkait penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai Pendekatan, Jenis Penelitian deskriptif, dan Metode Penelitian Analisis Isi Kualitatif, Unit Analisis atau Unit Pengamatan, Penentuan Informan, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, dan Lokasi Penelitian serta Jadwal penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai Subyek Penelitian, Prabowo Subianto, Kompas.com, Isi Pidato “Tampang Boyolali”, Hasil Penelitian, dan Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi penjelasan mengenai Kesimpulan dan Saran-saran dari hasil penelitian.

- Maulana, Herdijan dan Gungum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Jakarta: Akademia Permata
- Moleong, J. Lexy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurdin Usman. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, Bandung: CV Sinar Baru
- Nurudin. 2006. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Retorika Modern*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2005. *Komunikasi Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2007. *Manajemen Kampanye*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Raudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: UIN Jakarta Press
- Puspita, Ristina Yanni. 2014. *Cara Praktis Belajar Pidato, MC, dan Penyiar Radio*, Yogyakarta: Notebook
- Ruslan, Rosady. 2003. *Managemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi: Edisi Revisi cet-8*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salim, Agus. 20015. *Teori Dan Paradigma Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Penerbit Tiara Wacana
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah, 2011. *Public Relations 2.0; Teori dan Praktik Public Relations di era Cyber 1010*, Jakarta: Gramata Publishing
- Stariano, Kevin. 2011. *Sukses berpidato, contoh-contoh pidato, langsung dibaca, langsung praktek, langsung bisa*. Penerbit: Visi 7

Skripsi :

1. Duwi Sri Lestari, Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA Tahun 2012 yang berjudul “*Penerapan teori Dramatisme dalam retorika persuasif (Analisis isi Kualitatif Retorika Persuasif Ustadz M. Nur Maulana dalam program Islam Itu Indah di Trans Tv)*”.
2. Hilman Sandrio Amarullah, Universitas Muhammadiyah Prof. DR HAMKA Tahun 2016 yang berjudul “*Implementasi Teori Alan H. Monroe dalam Rumah Cerita Anak Melalui Dongeng Terhadap Anak Usia Dini Pada Program School to School di Jakarta Selatan*”.
3. Gita Savitri, Universitas Indonesia Tahun 2014 yang berjudul “*Konstruksi Retorika Politik dalam Restorasi Citra: Analisis Pers Boediono dalam Kasus Century*”.
4. Pandu Wicaksana, Universitas Indonesia Tahun 2012 yang berjudul “*Analisis Wacana Kritis terhadap retorika hubungan Islam dan Amerika Serikat dalam pidato Susilo Bambang Yudhoyono di Universitas Harvard*”.
5. Achmad Fauzi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018 yang berjudul “*Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad*”.

Internet:

<https://regional.kompas.com/read/2018/11/03/20001651/ini-video-lengkap-pidato-prabowo-soal-tampang-boyolali>. Diakses pada 19 Desember 2018 pada pukul 22.37

<https://nasional.kompas.com/read/2018/bicara-baik-di-tahun-politik>. Diakses pada 28 November 2018 pukul 23.00

<http://regional.kompas.com/read/2018/11/05/5-fakta-penting-kasus-tampang-boyolali-pidato-lengkap-prabowo-hingga-menuai-gelombang-protes>. Diakses pada 01 Desember 2018 pada pukul 20.39

<http://www.merdeka.com/politik/prabowo-ungkap-kajian-indonesia-bubar-2030-ini-penjelasan-gerindra.html>. Diakses pada 01 Desember 2018 pada pukul 12.20

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/video>. Diakses pada tanggal 09 Desember 2018 pada pukul 22.23

<https://jurnal.uii.ac.id>. *Strategi Pemulihan Citra Partai Politik: Kasus Partai Demokrat*. Diakses pada 10 Desember 2018 pukul 17.09

https://id.wikipedia.org/wiki/Prabowo_Subianto. Diakses tanggal 22 Februari 2019, pukul 20.56

<https://id.wikipedia.org/wiki/Kompas.com>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2019, pukul 22.04

<https://www.e-journal.uajy.ac.id/245/1KOM03271.pdf>. Diakses pada tanggal 14 Maret 2019 pukul 15.34

