

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pidato politik kontemporer memanfaatkan retorika Aristoteles secara penuh. Sejalan dengan literatur yang dikaji, penelitian ini menegaskan bahwa tiga prinsip retorika *Aristoteles ethos*, *pathos*, dan *logos* masih berguna dalam membangun argumen yang meyakinkan untuk tujuan politik. Selain membujuk, retorika membantu membentuk opini publik dan membangun reputasi kandidat dimata publik.

1. *Ethos* (Kredibilitas)

Prabowo Subianto membangun kredibilitasnya melalui tiga unsur utama yaitu pengetahuan dan keahlian, kepribadian yang dapat dipercaya, dan latar belakang.

2. *Pathos* (Emosi)

Prabowo juga menggunakan daya Tarik emosional untuk membangkitkan gairah dan semangat audiens dalam pidatonya yaitu: kebanggaan dan keterikatan, empati dan kepedulian, kebahagiaan dan semangat, dan tanggung jawab dan harapan.

3. *Logos* (Logika)

Prabowo juga menggunakan argumen logis dan relevan untuk mendukung pernyataannya, diantaranya pemaparn argumen tentang kekayaan Alam dan eksploitasi, kemandirian ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai retorika politik Prabowo Subianto dalam kampanye Pilpres 2024 melalui channel *YouTube* Kompas TV, secara keseluruhan, penelitian ini berjalan baik. Meskipun demikian, peneliti memiliki beberapa rekomendasi yang mungkin berguna untuk bergerak maju dalam bidang studi kampanye dan pidato politik. Berikut ini adalah beberapa rekomendasi peneliti:

- a. Hendaknya pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam analisis mengenai elemen-elemen retorika yang digunakan oleh Prabowo Subianto, termasuk gaya bahasa, strategi persuasi, dan pengaruhnya terhadap audiens. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi bagaimana retorika tersebut memengaruhi persepsi publik dan keputusan pemilih.
- b. Penelitian lebih lanjut direkomendasikan untuk memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan pidato politik Prabowo Subianto dengan pesaing lain dalam konteks yang sama. Hal ini mungkin menawarkan pandangan yang lebih menyeluruh tentang dinamika kampanye politik di Indonesia. Selain itu, sepanjang proses pengumpulan data, dianjurkan untuk menggunakan pendekatan analitis yang lebih beragam, seperti analisis wacana atau survei persepsi khalayak, untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. Databoks. (2023, November 24). Indonesia peringkat keempat pengguna YouTube terbanyak di dunia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>
- Azran, S. T., Yarchi, M., & Wolfsfeld, G. (2015). Aristotelian rhetoric and Facebook success in Israel's 2013 election campaign. *Online Information Review*, 39 (2), 149–162. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2014-0279>
- Berger, A. A. (2000). *Media analysis technique* (2nd ed., S. Budi, Trans.). Yogyakarta: Universitas Atma Java.
- Bulaeng, A. (2004). *Metodologi penelitian sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- CNBC Indonesia. (2024, February 28). Real count KPU terkini, Prabowo-Gibran menang ramai dibahas netizen. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240228091915-37-518190/real-count-kpu-terkini-prabowo-gibran-menang-ramai-dibahas-netizen>
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 119-161. Retrieved from <https://people.unica.it/ernestinagiudici/files/2014/03/CRAIG-COMMUNICATION-THEORY-AS-A-FIELD.pdf>
- Danial, & Wasriah. (2009). *Metode penulisan karya ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Pustaka Pelajar.
- Fanani, M. F. (2023, September 18). Perubahan gaya (kampanye) Prabowo. Retrieved from <https://news.detik.com/kolom/d-6937112/perubahan-gayakampanye-prabowo>
- Faridhian, F. (2013). The impact of social media in political campaigns: A comprehensive study of the 2008 and 2012 campaigns. *Journal of Media and Communication Studies*.
- Handayani, A. (2018). *Aristoteles: Retorika*. Yogyakarta: BASABASI.
- Hasan, K. (2016). *Retorika dan politik* (Bahan ajar Komunikasi Politik, Universitas Malikussaleh). Retrieved from <http://repository.unimal.ac.id/2266/1/Bahan%20ajar%20RETORIKA%20DAN%20POLITIK%20dalam%20KOMUNIKASI%20POLITIK.pdf>

- Hatzisavvidou, S., & Martin, J. (2022). Introduction to the special issue: Rhetorical approaches to contemporary political studies. *Politics*, 42 (2). <https://doi.org/10.1177/02633957211050272>
- KBBI Daring. (2024, February 26). Pencarian. Retrieved from <http://kbbi.kemdibud.go.id>
- Kompas.com. (2024, April 28). Hasil lengkap pemilu 2024: Pilpres dan pileg. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2024/03/21/11334381/hasil-lengkap-pemilu-2024-pilpres-dan-pileg>
- Krippendorff, K. (1993). *Analisis isi: Pengantar teori dan metodologi* (Terjemahan). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks: SAGE.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori komunikasi: Theories of human communication* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Maarif, Z. (2015). *Retorika: Metode komunikasi publik*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Mahendra, R. (2023, November 21). Profil dan prestasi Prabowo Subianto di militer hingga Menhan. Retrieved from <https://kabar24.bisnis.com/read/20231121/15/1716389/profil-dan-prestasi-prabowo-subianto-di-militer-hingga-men>
- Birowo, M. A. (2004). *Metode penelitian komunikasi: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Gitanyali.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, N. (1998). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13 (2).
- Oparinde, K., Rapeane-Mathonsi, M., & Mheta, G. (2021). Exploring manipulative rhetorical choices in Nigerian political speeches. *Cogent Arts and Humanities*, 8 (1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2020.1864913>
- Putra, D. K. S. (2015). *Komunikasi CSR politik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Raharjo, T. (2009). Cetak biru dalam teori komunikasi dan studi komunikasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3 (3).

- Rayijem. (2005). Sejarah dan perkembangan retorika. *Jurnal Humaniora*, 17 (2), 142-153.
- Republika.co.id. (2023, July 3). 56% pemilih pemilu 2024 adalah anak muda, sepenuhnya generasi Z dan milenial. Retrieved from <https://news.republika.co.id/berita/rx72ap330/56-persen-pemilih-pemilu-2024-dari-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Setkab.co.id. (2024, Februari 26). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Retrieved from <https://setkab.go.id/inilah-undang-undang-nomor-7-tahun-2017-tentang-pemilihan-umum-2/>.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujdarwo. (2011). *Metodologi penelitian sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Tempo.Co. (2024, June 12). Pakar nilai gaya kampanye Prabowo-Gibran mirip putra diktator Filipina Bongbong Marcos. Retrieved from <https://nasional.tempo.co/read/1807375/pakar-nilai-gaya-kampanye-prabowo-gibran-mirip-putra-diktator-filipina-bongbong-marcos>
- Venus Antar. (2004). *Manajemen kampanye*. Jakarta: PT Gramedia Utama.