

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, pembahasan mengenai retorika sudah berkembang dengan sangat pesat sejalan dengan dunia komunikasi yang makin kompleks. Retorika yang dulu hanya dipahami sebagai seni tradisional teknik pemakaian bahasa yang digunakan para filsuf untuk mengembangkan ilmu pengetahuan (Keraf, 2010, hlm. 1). Retorika kini telah bertransformasi menjadi ajang “penanaman ide” yang digunakan untuk tujuan tertentu. Bahkan kini, retorika sudah mengalami satu loncatan konsep, yakni retorika sebagai wahana para tokoh publik atau *opinion leader* untuk memengaruhi massa.

Retorika adalah kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia. Aristoteles menjelaskan bahwa retorika adalah bagian yang tidak mungkin terpisahkan dari manusia (Aristoteles, 2018, hlm. 7). Retorika dibutuhkan karena pada dasarnya setiap orang memiliki kebutuhan untuk mempertahankan pendapat, baik untuk membela dirinya atau menyerang orang lain. Melalui retorika seseorang dapat melancarkan sebuah ide dan wacana tertentu untuk mengubah perilaku, sikap, dan ide seseorang.

Kini retorika sudah memasuki tahapan baru dan kini beralih menjadi alat pertarungan ide seperti budaya, politik, dan wacana. Dalam ranah politik misalnya, retorika menjadi sebuah perangkat untuk mengkampanyekan kandidat tertentu dalam suatu daerah atau disebut sebagai retorika kampanye politik. Berdasarkan definisi yang dirumuskan oleh Rice dan Paisley, retorika kampanye adalah suatu bentuk komunikasi publik yang bertujuan untuk menginformasikan atau mempengaruhi perilaku khalayak sehingga mereka dapat mendukung atau menentang seseorang, sebuah ide atau wacana (Rice dan Paisley, 2013, hlm. 16).

Kampanye politik adalah suatu hal yang sangat esensial dalam kehidupan berdemokrasi. Menurut Miriam Budiardjo di dalam sebuah negara yang ideal maka harus terdapat partisipasi politik yang berguna untuk memengaruhi kebijakan pemerintah atau bahkan mengubah kekuasaan dengan memberikan suara atau dalam hal ini pemilihan umum (Budiardjo, 2008, hlm. 367). Dengan melakukan kampanye politik maka masyarakat akan dapat terarahkan dan dikumpulkan secara kolektif sehingga sebuah pesan politik dapat tersampaikan dengan mudah.

Dalam sebuah partisipasi politik terdapat aktor-aktor yang melakukan sebuah kegiatan untuk mempengaruhi kondisi politik, yaitu: aktivis politik yang mencakup pimpinan partai atau kelompok kepentingan (Budiardjo, 2008, hlm. 372). Di Indonesia yang notabene merupakan negara demokrasi dan memiliki keberagaman kelompok, maka otomatis bentuk partisipasi politik akan semakin besar begitu juga menjadi semakin beragamnya kepentingan kelompok.

Van Dijk menyatakan bahwa dalam kondisi politik yang di dalamnya terdapat beragam kepentingan kelompok maka dengan tidak sengaja akan terjadi perbenturan kepentingan-kepentingan dan bahkan perputaran kekuasaan (Dijk, 1997, hlm. 31-64). Maka dari itu, untuk bertahan dalam suatu kondisi politik, kelompok-kelompok tersebut akan melakukan berbagai cara untuk menjatuhkan kelompok lain dan mempertahankan hegemoninya dengan melakukan retorika politik yang menyudutkan kelompok lain atau menyanjung kelompoknya sendiri. Teknik propaganda politik kampanye dengan menggunakan unsur identitas kelompok juga makin berkembang. Semisal penggunaan narasi keagamaan dalam peristiwa retorika macam kampanye dan pidato politik, seperti yang diteliti oleh (Smith, 2008; Crines dan Theakson, 2014; Hughes, 2019).

Berkaca dari pernyataan tersebut, Indonesia juga pernah mengalami hal serupa dalam kancah perpolitikan, yaitu konflik kepentingan kelompok muslim pada Pilkada Jakarta 2017. Pada saat itu, kontestasi politik menyisakan dua calon gubernur yaitu Anies Baswedan dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Masing-masing dari kandidat tersebut memiliki kelompok yang berbeda, ditinjau dari aspek religius maupun etnis.

Anies merupakan kandidat yang beragama Islam sementara Ahok beretnis Tionghoa dan beragama Nasrani. Akibatnya pada saat itu muncul wacana dan retorika politik tertentu yang saling menjatuhkan antar-kandidat.

Salah satu narasi yang paling kencang disuarakan pada saat itu adalah narasi religius seperti larangan memilih pemimpin non-muslim. Hal tersebut ditandai oleh munculnya gerakan-gerakan politik seperti aksi demonstrasi menolak Ahok sebagai gubernur yang terjadi pada Aksi 411 dan Aksi 212. Gerakan tersebut juga terjadi dalam gerakan-gerakan politik kecil seperti kampanye yang dilakukan oleh ulama-ulama dalam dakwahnya di masjid-masjid¹.

Pada saat itu salah satu tokoh masyarakat yang kentara melakukan kampanye dan sering membicarakan politik dalam dakwahnya adalah Habib Rizieq Syihab. Habib Rizieq merupakan pimpinan tertinggi dari organisasi Front Pembela Islam (FPI) yang memiliki fokus untuk menegakkan syariat Islam di Indonesia. Rizieq juga dikenal seringkali membawakan tema politik yang digunakan untuk mengkritisi pemerintah dan mengarahkan preferensi politik khalayak (Jahroni, 2004, hlm. 201-230).

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti akan berusaha meneliti retorika politik kampanye yang terjadi pada masa Pilkada Jakarta 2017 yang dilakukan oleh Habib Rizieq Syihab. Penelitian ini akan memiliki signifikansi yaitu (1) memberikan pengetahuan akan praktik retorika politik kampanye di masyarakat, (2) memberikan gambaran tentang retorika politik kampanye yang terjadi dalam dakwah. Adapun dipilihnya Rizieq Syihab sebagai subjek penelitian didasarkan oleh adanya unsur *prominence* (terkemuka) dan *public figure* (tokoh) karena Rizieq adalah ulama tersohor yang memimpin salah satu organisasi masyarakat Islam terbesar di Indonesia yaitu FPI dan salah satu tokoh yang sering membicarakan dan menyinggung politik dalam dakwahnya.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan di berbagai negara dengan tema penelitian yang mirip, yaitu meneliti retorika politik yang bernuansa religius oleh

¹ <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-39494240> diakses 3 Desember 2019

(Smith, 2008; Crines dan Theakson, 2014; Hughes, 2019) yang mengungkapkan bahwa tokoh negara seperti perdana menteri Inggris ataupun presiden Amerika kerap menggunakan narasi religius atau agamis untuk melancarkan wacana politiknya.

Namun sayang sekali, beberapa pembahasan mengenai para topik religius dan politik di Indonesia lebih sering berpusat pada tema dakwah yang religius ketimbang mempersoalkan narasi politik yang disuarakan ulama-ulama tersebut. Penelitian yang dilakukan (Billah, 2018; Sixmansyah, 2014) misalnya, yang masih berkutat pada pembahasan tema dakwah yang cenderung membahas unsur religius dan ritual-ritual. Menilik hal tersebut, maka peneliti beranggapan bahwa kajian penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu komunikasi mengenai retorika politik kampanye yang dilakukan dalam dakwah.

Adapun untuk meneliti hal tersebut, peneliti membutuhkan pisau analisis yang tepat untuk membedah retorika politik kampanye secara tepat. Maka dari itu, penelitian ini akan menggunakan Teori Retorika Klasik. Beberapa penelitian yang meneliti retorika juga memakai teori serupa seperti penelitian yang dilakukan oleh (Zaini, Ahmad, 2017; Maretha, Annisa Laura, 2014; Sixmansyah, Leiza, 2014).

Teori Retorika Klasik sendiri muncul pertama kali dari *Cicero's De Inventione* (dalam Porter, 2001, hlm. 83), yang mencakup lima undang-undang retorika (*five canons of rhetoric*) yaitu: penemuan (*inventio*), penyusunan (*dispositio*), gaya (*elocutio*), ingatan (*memori*), penyajian (*actio*). Keberhasilan seorang retor atau pengkhotbah ditentukan oleh kelima elemen tersebut (Keraf, 2010, hlm. 9-10; Griffin, 2012, hlm. 294-296).

Teori tersebut juga sejalan dengan konsep retorika yang dicetuskan oleh Aristoteles bahwa dalam sebuah komunikasi persuasif terdapat tiga alat persuasi yang dapat menunjang keberhasilan sebuah retorika (Griffin, 2012, hlm. 290; Varpio, 2018, hlm. 207-209). Elemen itu mencakup *ethos* (karakter), *logos* (kata/ilmu), dan *pathos* (pengalaman/emosi). Singkatnya *ethos* menyinggung tentang bagaimana penampilan dan karakter pembicara dapat memikat audiens. Sementara itu *logos* adalah daya tarik

retoris yang berfokus pada argumen yang diberikan oleh pembicara. Terakhir adalah *pathos*, yaitu daya tarik retoris yang melibatkan emosi audiens.

Untuk meneliti sehingga pesan retorika politik kampanye dapat terlihat. Maka dalam penelitian ini aspek yang akan dianalisis tidak hanya pesannya namun bagaimana penyusunan dan teknik propaganda yang dilakukan untuk melangsungkan retorika politik kampanye tersebut. Untuk itu peneliti juga menggunakan acuan penyusunan sebuah pidato atau retorika klasik yang terdiri dari pendahuluan (*exordium*), pernyataan fakta (*narratio*), divisi (*divisio*), bukti (*confirmatio*), penyanggahan (*refutatio*), dan kesimpulan (*peroratio*) (Fahnestock, 2011, hlm. 374 Porter, 2001: hlm. 83 . Sementara itu untuk menganalisis gaya atau teknik yang dipakai peneliti menggunakan acuan teknik propaganda yang dijabarkan oleh Institute of Propaganda Analysis yang telah mengklasifikasikan propaganda ke dalam jenis: *name calling* (menjuluki), *glittering generality* (kemilau generalitas), *transfer* (pengalihan), *testimony* (testimoni), *plain folk* (rakyat jelata), *bandwagon*, *scapegoating* (mengkambinghitamkan), *fear arousing* (memberikan ketakutan), *card stacking* (Shoelhi, 2012, hlm.58-72).

Dengan itu peneliti telah memilah beberapa khotbahnya yang bertemakan politik dan akhirnya menemukan salah satu sampel ceramah yang representatif. Ceramah tersebut telah terdokumentasikan dalam bentuk video dan telah diunggah dalam media *streaming* Youtube. Video tersebut berjudul “Habib Rizieq Tablig Akbar Politik Islam” yang diunggah oleh kanal *Rasil TV* dan telah ditonton lebih dari 196.000 kali. Video tersebut memuat Habib Rizieq Syihab yang berkhotbah di Masjid Abu Bakar As-Shidiq pada tanggal 25 Maret 2017 dengan tema ceramah “Neraka Paling Bawah untuk Munafiqun”. Jika dilihat konteksnya, ceramah tersebut juga bersinggungan dan berdekatan dengan pelaksanaan Pilgub Jakarta 2017 putaran kedua yang dihelat tanggal 19 April 2017.

Pada data ceramah tersebut, peneliti berusaha mencari benang merah antara teknik retorika dan propaganda politik yang dilakukan Habib Rizieq Syihab. Peneliti menggunakan dasar teori retorika “Lima undang-undang retorika” namun di sini

peneliti hanya akan menganalisis komponen penemuan, penyusunan dan gaya yang terdapat dalam dakwah Rizieq Syihab dikarenakan dengan menggunakan dua komponen tersebut peneliti akan dapat mengetahui bagaimana seorang propagandis memberikan pesan, menyusun narasi dan menggunakan gaya atau teknik tertentu untuk melancarkan sebuah propaganda politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas, maka peneliti mengajukan rumusan masalah pokok yaitu: “Bagaimana dakwah politik kampanye diproduksi oleh Habib Rizieq Syihab ditinjau dari Teori Retorika Klasik?”

Supaya penelitian ini memiliki fokus yang terarah, maka masalah pokok tersebut dijabarkan ke dalam beberapa sub masalah berikut:

1. Bagaimana retorika politik kampanye Habib Rizieq Syihab ditinjau dari aspek penemuan (*inventio*)
2. Bagaimana retorika politik kampanye Habib Rizieq Syihab ditinjau dari aspek penyusunan (*dispositio*)
3. Bagaimana retorika politik kampanye Habib Rizieq Syihab ditinjau dari aspek gaya (*elocutio*)

1.3 Tinjauan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana retorika politik kampanye Habib Rizieq Syihab ditinjau dari aspek penemuan (*inventio*)
2. Untuk mengetahui bagaimana retorika politik kampanye Habib Rizieq Syihab ditinjau dari aspek penyusunan (*dispositio*)
3. Untuk mengetahui bagaimana retorika politik kampanye Habib Rizieq Syihab ditinjau dari aspek gaya (*elocutio*)

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat/Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap dunia intelektualitas, khususnya dalam bidang komunikasi. Dalam hal ini, hasil dari pembahasan menggunakan Teori Retorika Klasik yang digunakan pada dakwah politik Habib Rizieq Syihab diharapkan mampu membedah pertanyaan permasalahan dengan baik. Lalu memperkaya konsep dan teori linguistik dan komunikasi dalam meneliti ceramah yang mengandung unsur politik.

1.4.2 Manfaat/Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan topik dakwah atau retorika yang mengandung unsur politik.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I. Pendahuluan. Bab ini merupakan bagian awal dari penulisan skripsi yang secara garis besar menggambarkan mengapa penelitian ini dilaksanakan dan tujuan apa yang ingin dicapai. Bab ini terdiri dari berbagai sub-bab, yaitu: (1) Latar Belakang yang membahas mengenai mengapa masalah yang diteliti itu timbul dan apa yang menjadi alasan peneliti mengangkat masalah tersebut; (2) Rumusan Masalah yang membahas mengenai fokus penelitian dalam bentuk pertanyaan utama penelitian dan berfungsi untuk membatasi permasalahan penelitian; (3) Tujuan Penelitian yang membahas mengenai capaian penelitian yang diharapkan dalam menjawab permasalahan di latar belakang dan di pertanyaan rumusan masalah; (4) Manfaat Penelitian yang diharapkan didapatkan dari penelitian yang dilaksanakan; serta (4) Sistematika Penulisan Skripsi.

Bab II. Kajian Pustaka. Bab ini berisikan dari rujukan-rujukan teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga diuraikan penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian.

Bab III. Metode Penelitian. Bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yakni bagian yang mengarahkan peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai

dalam menyediakan pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data, hingga langkah-langkah analisis data yang dijalankan.

Bab IV. Temuan dan Pembahasan. Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Bab V. Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi. Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti.