

Retorika *Deliberative*: Komunikasi Marah Marah Pejabat di Ruang Publik

Haresti Asysy Amrihani

Departemen Komunikasi, Universitas Airlangga

Jl. Dharmawangsa Dalam, Surabaya 60286 -Indonesia

Corresponding author: haresti.asysy.amrihani-2021@fisip.unair.ac.id

DOI: <http://dx.doi.org/10.25008/jpi.v3i2.87>

Submitted: 21 Agustus 2021 Revised: 17 Oktober 2021 Published: 31 Oktober 2021

Abstrak - Seorang pemimpin memiliki peran strategis dalam memimpin organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Pemimpin diharapkan memiliki gaya komunikasi yang bisa diterima oleh semua anggota elemen organisasi. Padahal, gaya retorika komunikasi seorang pemimpin dipengaruhi oleh berbagai situasi dinamis yang dihadapinya dalam memimpin organisasi, sehingga adakalanya dia tampil dengan gaya komunikasi yang temperamental atau marah-marah. Penelitian ini bertujuan menggali lebih dalam gaya retorika pemimpin organisasi yang juga pejabat publik dan bersikap temperamental dalam berkomunikasi kepada khalayaknya. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan teori retorika Aristoteles dan *social judgement theory* sebagai pisau analisisnya. Temuan studi ini adalah, pejabat publik menggunakan gaya retorika *deliberative* dalam berkomunikasi dengan khalayaknya di ruang publik. Sebagian *audience* bisa menerima gaya retorika pejabat publik tersebut (*latitude of acceptance*), namun ada yang menolak (*latitude of rejection*), dan ada yang menyatakan tidak menghiraukannya (*latitude of noncommitment*).

Keywords: gaya komunikasi; retorika; *social judgement theory*

Abstract - A leader has a strategic role in leading their organization to achieve organizational goals. Leaders are expected to have a communication style that can be accepted by all members of the organization's elements. In fact, the rhetorical style of a leader's communication is influenced by various dynamic situations that they face in leading the organization which sometimes he appears with a temperamental or angry communication style. This study aims to dig deeper into the rhetorical style of organizational leaders as public officials also with their temperamental style in communicating to their audiences. This study used a qualitative method by applying Aristotle's rhetorical theory and social-judgment theory as the approach. This study discovered that public officials use a deliberative rhetorical style in communicating with their audiences in public spaces. Some audiences can accept the rhetorical style of these public officials (*latitude of acceptance*), but some of them reject it (*latitude of rejection*), and others express that they don't care (*latitude of non-commitment*).

Keywords: communication style; rhetoric; social judgment theory

Pendahuluan

Mengelola suatu organisasi bukanlah hal yang mudah karena menyangkut banyak orang dan sistem di dalamnya. Dalam suatu organisasi dibutuhkan seorang pemimpin yang memiliki posisi dan peranan strategis dalam menjalankan roda organisasi. Hal tersebut dibutuhkan agar setiap subsistem di dalam organisasi dapat melaksanakan fungsi dan tugasnya masing-masing untuk mencapai keberhasilan organisasi, untuk itu diperlukan sebuah komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi merupakan suatu bentuk komunikasi dari *top-down*, *bottom-up*, dan *integrative* yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan sehingga

dapat meminimalkan kesalahpahaman serta menyelesaikan permasalahan dalam organisasi (Clampitt, 2017).

Seorang pemimpin harus mampu menggerakkan dan mempengaruhi orang lain yang ada di dalamnya untuk melaksanakan sesuatu sesuai dengan aturan dan yang dikehendakinya guna mencapai tujuan organisasi dan untuk itu diperlukan sebuah komunikasi. Shannon dan Weaver (1949) menyatakan, komunikasi adalah suatu proses interaksi manusia yang memengaruhi satu sama lain baik sengaja maupun tidak sengaja serta tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, namun juga pada nonverbal seperti ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

Melalui sebuah proses komunikasi, seseorang dapat mengetahui pikiran dan perasaan orang lain serta dapat menyampaikan pikiran dan perasaan sehingga mampu mengupayakan perubahan-perubahan pada tingkah laku seseorang untuk mencapai tujuan tertentu (Sidiq et al., 2019). Komunikasi seorang pemimpin bisa dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi, bukan pada tipe seseorang. Seorang pemimpin akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda pada situasi yang berbeda pula. Seorang pimpinan harus dapat menyesuaikan antara gaya komunikasi yang dipakai dengan situasi yang sedang dihadapi, termasuk ketika berkomunikasi di ruang publik (*public sphere*).

Istilah *public sphere* berawal dari pendapat Jurgen Habermas tahun 1962 yang memiliki arti ruang terjadinya berbagai diskusi dan debat publik mengenai suatu permasalahan publik, di mana setiap individu sebagai bagian dari publik memiliki porsi yang sama dalam berpendapat dan dijamin kebebasannya dari intervensi dan restriksi pihak lain sehingga tidak memunculkan hegemoni opini namun menumbuhkan opini publik yang diharapkan akan membantu munculnya kebijakan publik yang adil (Habermas, 1991).

Gaya komunikasi pejabat publik tentu memiliki ciri khas masing-masing. Menteri Sosial Tri Rismaharini dan mantan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama mempunyai gaya komunikasi dengan sifat tegas dengan intonasi nada tinggi saat berkomunikasi di ruang publik ketika menemukan sebuah permasalahan yang tidak sesuai dengan harapannya. Gaya komunikasi seperti itu sering menjadi sorotan media dan masyarakat karena aksi “marah-marah” seorang pejabat tidak umum diperlihatkan di hadapan publik.

Kamis 30 Oktober 2021, misalnya, Menteri Sosial Tri Rismaharini menjadi sorotan publik karena marah-marah terhadap seorang pegawai Dinas Sosial Kabupaten Gorontalo. Aksi tersebut diduga terkait data keluarga Penerima Manfaat (PKM) yang tidak sesuai dengan data Kementerian Sosial (Didi, 2021). Hal itu terjadi tidak hanya sekali, selama menjadi Menteri Sosial, Tri

Rismaharini telah lebih dari satu kali marah-marah di hadapan publik (Wibowo, 2021). Data terbaru, 13 Oktober 2021, Risma kembali marah di hadapan mahasiswa di Lombok Timur terkait adanya dugaan kepala desa dan tenaga kesejahteraan sosial setempat yang terlibat menjadi *supplier* Bantuan Pangan Non Tunai (Sahara, 2021).

Sosok Basuki Tjahaja Purnama saat menjabat Gubernur DKI Jakarta juga terkenal dengan gaya komunikasi marah-marahnya. Tidak hanya marah ke bawahan dan warga Jakarta, ia juga pernah memarahi wartawan (Carina, 2016). Sebagai Komisaris Utama PT Pertamina, Basuki juga tetap tampil dengan gayanya, berbicara *ceplas ceplos* (Pradewo, 2020) meskipun tidak lagi marah-marah sebagaimana seperti ketika masih menjadi Gubernur DKI Jakarta.

Pemberitaan mengenai dua tokoh di atas kerap membanjiri media massa baik media cetak, televisi, hingga media siber. Gaya komunikasi kedua pejabat publik itu dinilai kontroversial dan mengundang berbagai respon dari publik, selain menimbulkan pro dan kontra: mendukung maupun menentang gaya kedua tokoh tersebut dalam berkomunikasi. Masyarakat memiliki keinginan untuk mempunyai pemimpin yang karismatik, tegas, perhatian terhadap masyarakat, berkomunikasi baik, dan dapat dipercaya.

Berangkat dari uraian di atas maka studi ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai gaya komunikasi kedua tokoh publik tersebut terutama untuk melihat bagaimana pertimbangan sosial gaya komunikasi temperamental mereka berdua dinilai khalayak.

Kerangka Teori

Teori Retorika Aristoteles

Aristoteles menyatakan, retorika adalah seni yang memiliki nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut mencakup kebenaran dan keadilan yang mempunyai kekuasaan serta kekuatan dalam masyarakat. Berkaitan hal tersebut, Aristoteles mempertegas bahwa emosi manusia bervariasi dan hal itu dapat dimanfaatkan oleh seorang orator untuk memengaruhi pendengarnya (Rajiyem, 2005). Pada awalnya retorika dipandang tidak

sebagai ilmu melainkan hanya sebagai kecakapan berpidato. Kaum Sophis pada waktu itu memandang retorika sebagai alat untuk memenangkan suatu kasus dengan memilih kata, istilah, ungkapan, kalimat yang dapat menarik perhatian pendengar sehingga muncul konotasi negatif bahwa retorika hanyalah alat untuk bersilat lidah atau berdebat kusir (Martha, 2010).

Dalam perkembangannya, kajian retorika memiliki fokus pembahasan tentang tata cara seorang komunikator untuk mengembangkan dan memilih strategi tertentu dalam upaya menyampaikan pesan kepada *audience* (Natanael & Gatot, 2018). Penentuan strategi menjadi penting ketika komunikator menyampaikan sesuatu kepada komunikan agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Retorika dalam kajian ilmu komunikasi juga berkaitan dengan ilmu-ilmu politik. Pada tataran praktisnya, retorika digunakan oleh para pejabat publik sebagai alat untuk menyampaikan ide dan gagasannya kepada masyarakat. Sebaliknya, masyarakat juga menjadikan retorika sebagai alat untuk menyuarakan aspirasinya kepada penguasa atau pejabat publik (Ardiansyah, 2018).

Aristoteles membagi dasar-dasar retorika menjadi beberapa bagian (Rajiyem, 2005) yakni: (1) Retorika erat hubungannya dengan moral karena harus mengemukakan sesuatu yang benar. Kebenaran menjadi landasan retorika yang sejati. Moral dalam perkembangannya mempelajari psikologi; (2) Metode retorika Aristoteles mendasarkan diri pada analitika yaitu meneliti berbagai argumentasi dari proposisi yang benar dan dialektika yang berarti meneliti argumentasi dari proposisi yang diragukan kebenarannya. Analitika dan dialektika ini pada perkembangannya disebut dengan logika. Inti dari logika adalah silogisme yaitu cara memperoleh kesimpulan dari proposisi untuk meraih kebenaran. Metode ini juga dipakai bagi pengembangan semua ilmu pengetahuan; (3) Retorika sebagai sesuatu yang inheren yang diresapi semua orang; (4) Totalitas suatu retorika mencakup faktor ethos, pathos, dan logos. Ethos merupakan sumber kredibilitas komunikator atau kesadaran orator yang tampil sebagai pribadi yang dapat dipercaya

oleh pendengar. Pathos merupakan segi emosional pembicara yang mendasar dan secara implisit terkandung di dalam isi pidato. Logos mencakup himbuan berdasarkan argumen yang logis.

Retorika sangat memperhatikan etika dalam proses komunikasi. Apa yang disampaikan harus dapat dipertanggungjawabkan secara moral. Jadi, retorika tidak bisa dijauhkan dari aspek moral karena eksistensinya sebagai cara menyampaikan pesan yang tertata dan efektif (Sulistiyarini & Zainal, 2020).

Jenis-jenis retorika yang disampaikan Aristoteles di antaranya adalah retorika deliberatif, retorika forensik, dan retorika epideiktik (Dhia et al, 2021). Retorika deliberatif merupakan retorika yang mencoba menghubungkan dengan masa depan. Retorika ini merupakan jenis retorika yang memiliki unsur motivasi yang membawa pendengar menjadi lebih baik (Booth, 2004). Retorika deliberatif berusaha membujuk pendengar untuk mengambil atau berpaling dari tindakan tertentu (Atkins, 2018). Biasanya strategi persuasif yang dilakukan tidak mengandung basa-basi karena permasalahan yang akan diangkat sudah terlihat dengan baik (Alberico & Loisa, 2019).

Retorika forensik adalah retorika dengan upaya untuk mengubah apa yang dilihat sebagai kebenaran masa lalu atau upaya yang mungkin juga mempengaruhi masa depan (Booth, 2004). Ketika dianalisis dari posisi retorika forensik, persuasi mengasumsikan tujuan retorika adalah membenaran dari perilaku manusia (Charteris, 2012). Retorika epideiktik mencoba untuk membentuk kembali pandangan masa kini (Booth, 2004). Retorika ini yang paling tidak didefinisikan dari ketiga jenis tersebut. Jenis ini dikaitkan dengan pujian dan kesalahan serta menampilkan banyak hal dalam kesempatan seperti upacara dedikasi maupun pidato penerimaan (Atkins, 2018).

Aristoteles percaya bahwa setiap jenis retorika memiliki gayanya masing-masing. Ia menulis bahwa kata-kata yang dianggap aneh harus dihindari. Berbicara dalam istilah yang terlalu sederhana juga tidak disarankan. Untuk menjembatani kesenjangan antara yang tidak dikenal dan yang terlalu akrab. Aristoteles

memperkenalkan gagasan metafora atau kiasan yang membantu membuat ketidakjelasan lebih dapat dipahami (West & Turner, 2010).

Aristoteles secara khusus mendorong pembicara untuk menggunakan tingkat nada, ritme, volume, dan emosi yang sesuai (West & Turner, 2010). Menurutnya, memori tidak lagi megacu pada menghafal pembicaraan sederhana tetapi pada reservoir memori budaya yang lebih besar serta proses persepsi yang memengaruhi bagaimana seseorang menyimpan dan memproses informasi (Littlejohn et al, 2017). Mengetahui apa yang harus disampaikan dan kapan harus mengatakannya, meredakan kecemasan pembicara dan memungkinkan pembicara menanggapi peristiwa yang tidak terduga (West & Turner, 2010). Tahapan ini berkaitan erat dengan apa yang diartikan sebagai retorika.

Social Judgement Theory

Teori pertimbangan sosial (*social judgement theory*) dikembangkan oleh Muzafer Sherif seorang psikolog dari Oklahoma University, Amerika Serikat. Secara singkat teori ini menyatakan, perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan (*judgement*) yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional (Littlejohn, 2009).

Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah pesan yang disampaikan kepada seseorang dimaknai berdasarkan *ego involvement* (kognitif dan mental) yang membantu dalam menentukan perilaku selanjutnya (*attitude*) sebagai respons dari pesan yang diterima (Griffin, 2006). Peran dari teori ini adalah mengubah konsepsi tentang bagaimana individu memproses pesan dari yang semula beranggapan stimuli akan dikonfirmasi dengan satu titik referensi sebagai pijakan seseorang pada isu-isu sosial tertentu

kemudian berubah menjadi referensi yang berbentuk rentang posisi berupa garis di antara dua titik yaitu di antara sikap penerimaan, penolakan atau tidak komitmen terhadap pesan yang disampaikan (Larson, 2010).

Muzafer Sherif berupaya memperkirakan bagaimana seseorang menilai suatu pesan dan bagaimana penilaian yang dibuat tersebut dapat memengaruhi sistem kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya (Morissan & Wardhani, 2009). Menurutnya, dalam menilai pesan komunikasi rupanya seseorang telah memiliki persepsi sosial. Persepsi sosial muncul karena pengalaman yang terjadi sebelumnya pada orang tersebut. Persepsi sosial adalah acuan di mana persepsi itu tersimpan dalam ingatan seseorang. Muzafer Sherif menyebutnya sebagai titik referensi (*reference point*) (Yanuar & Ekayanthi, 2020).

Persepsi kemudian menentukan tingkat penerimaan seseorang terhadap kehadiran sebuah pesan komunikasi. Seseorang bisa menerima, menolak, atau memutuskan sesuatu sesuai dengan kalkulasi yang ada dalam pikirannya terkait dengan pesan yang diterimanya. Sherif menyebut dua hal terkait dengan teori penilaian sosial ini yaitu *contrast effect* dan *assimilation effect*.

Contrast effect artinya seseorang akan melihat pesan yang ada di dalam pikirannya, sedangkan *assimilation effect* artinya seseorang melihat pesan itu sesuai dengan pandangan dirinya (Yanuar & Ekayanthi, 2020). Ketika yang muncul adalah *contrast effect*, maka seseorang dapat menolak (secara ekstrim) atau mengabaikan (secara moderat) sebuah pesan komunikasi yang diterimanya. Sebaliknya, jika yang muncul adalah *assimilation effect* maka seseorang tersebut dapat menerima dengan mudahnya sebuah pesan komunikasi yang masuk ke dirinya (Miller, 2005). Menurut Sherif, model *social judgement theory* dibagi menjadi tiga yaitu: (1) *Latitude of acceptance*; (2) *latitude of noncommitment*, dan (3) *latitude of rejection* (Griffin, 2006).

(1) *Latitude of Acceptance* (Rentang Penerimaan). Proses pertimbangan ini menurut Sherif berlaku untuk pertimbangan fisik seperti berat maupun pengukuran sikap. Dalam sikap, individu sudah membawa

klasifikasinya sendiri dalam menilai suatu obyek dan ini mempengaruhi penerimaan atau penolakan individu terhadap obyek tersebut. Dalam pertimbangan sikap juga berbeda-beda antara individu satu dengan yang lainnya, padahal dalam pertimbangan fisik tidak terdapat variasi yang terlalu besar;

(2) *Latitude of Noncommitment* (Rentang Keterlibatan). Komunikasi bisa mendekatkan sikap individu dengan orang lain tetapi juga bisa menjauhkan. Hal ini tergantung dari posisi awal individu tersebut terhadap posisi individu-individu lain. Jika posisi awal mereka saling berdekatan, komunikasi akan lebih memperjelas persamaan-persamaan antara mereka. Tetapi sebaliknya, jika posisi awal saling berjauhan, maka komunikasi malah akan mempertegas perbedaan dan posisi mereka saling menjauh. Atau dengan kalimat lain, jika seseorang terlibat dalam situasi isu, maka posisinya sendiri akan dijadikan patokan.

Terhadap sikap yang dekat dari posisinya sendiri, ia akan menilai: cukup beralasan, dapat dimengerti, dan sebagainya. Suatu komunikasi dapat menggeser posisinya mendekati posisi-posisi lain tersebut. Sebaliknya, posisi-posisi yang jauh akan dinilai tidak beralasan, kurang wajar, dan sebagainya. Sehingga, jika dalam hal ini tetap dilakukan komunikasi, maka akan terjadi efek bumerang dari komunikasi tersebut yaitu posisi dari sikap-sikap tersebut malah akan semakin menjauh.

(3) *Latitude of Rejection* (Rentang Penolakan). Jika seseorang individu melibatkan dirinya sendiri dalam situasi yang dinilainya sendiri, maka ia akan menjadikan dirinya sendiri sebagai patokan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya yang mau diterimanya. Semakin terlibat seorang individu tersebut, maka ambang penerimaannya semakin tinggi dan semakin sedikit hal-hal yang mau diterimanya. Sebaliknya, jika ambang penolakan semakin rendah maka semakin banyak hal-hal yang tidak bisa diterimanya. Hal ini semakin terasa jika individu diperbolehkan menggunakan patokan-patokannya sendiri seberapa banyak pun dia anggap perlu.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berlatar belakang menafsirkan fenomena yang terjadi dan melibatkan berbagai metode sesuai yang ada (Moleong, 2017). Dengan demikian, Studi ini bertujuan untuk memahami fenomena gaya komunikasi pejabat publik di Indonesia yang menerapkan pola komunikasi marah-marah.

Mendeskripsikan dengan sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta penelitian dengan melalui sumber sekunder melalui berbagai literatur akademis di bidang keilmuan komunikasi seperti buku, jurnal, dan pemberitaan media massa guna memperoleh konsep-konsep yang relevan.

Subjek penelitian adalah tokoh Tri Rismaharini dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), karena mereka melakukan retorika yang tidak biasa dilakukan pejabat publik. Keterbatasan pada penelitian ini adalah tidak bisa melakukan wawancara langsung dengan kedua pejabat public tersebut karena terkendala Pandemi Covid-19 dan kesibukan objek penelitian sebagai pejabat publik.

Hasil dan Pembahasan

Retorika menuntun penutur dalam mengambil keputusan. Apa yang terjadi dalam kehidupan ini, menurut Aristoteles adalah hal-hal yang memang benar dan ada hal-hal yang memang tidak benar tetapi cenderung mengalahkan lawannya tanpa mempertimbangkan kebenaran. Yang pertama tampak misalnya pada fakta-fakta kehidupan, sedang yang kedua terlihat dari perwujudan perasaan terhadap fakta-fakta tersebut seperti ketidaksukaan, kemarahan, prasangka, dan sebagainya. Hal-hal yang benar pasti akan muncul karena bagaimanapun kebenaran akan mengalahkan ketidakbenaran (Arsani et al, 2020).

Saat ini, gaya retorika pejabat publik kerap menjadi sorotan. Di antara tokoh-tokoh yang kerap menjadi sorotan publik adalah gaya retorika Tri Rismaharini dan Basuki Tjahaja Purnama. Kiprah Tri Rismaharini di dunia politik tidak asing bagi masyarakat Indonesia. Rismaharini merupakan sosok perempuan pertama yang terpilih sebagai Wali Kota Surabaya (Putri, 2021) dan menjabat selama dua periode. Periode periode

pertama jabatannya adalah 2010-2015 dan berlanjut pada 2015-2020. Selesai menjadi walikota ia ditunjuk Presiden Joko Widodo menjadi Menteri Sosial pada tahun 2020.

Sosok Tri Rismaharini dikenal sebagai sosok yang tegas namun emosional dalam berkomunikasi. Ia tidak segan turun ke jalan menghadapi demonstran atau menegur langsung bawahannya di depan publik. Tri Rismaharini terkenal sebagai sosok yang suka *blusukan* demi melihat kondisi secara langsung di lapangan. Ia menjadi salah satu figur yang berani mendobrak kebuntuan birokrasi.

Dilihat dari jenis retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles, Tri Rismaharini menggunakan model retorika deliberatif dalam mengemas pesannya ke publik. Model retorika ini memiliki unsur yang membawa komunikasi menjadi lebih baik dan berusaha membujuk komunikasi untuk mengambil tindakan tertentu. Artinya, ketika Risma menegur seseorang yang posisinya di bawahnya, ia menginginkan suatu tindakan yang dilakukan seseorang yang ditegur tersebut dengan harapan ke depan menjadi tindakan yang lebih baik, meskipun dengan retorika yang tanpa basa-basi dan sering menuai kontroversi dari masyarakat. Beberapa masyarakat menyarankan agar Risma tidak terlalu kasar terhadap orang yang melakukan kesalahan.

Tidak berbeda dengan Tri Rismaharini, sosok Basuki Tjahaja Purnama atau yang dikenal dengan sebutan Ahok juga sering menjadi sorotan publik karena gaya komunikasinya yang ceplak-ceplak (*to the point*). Ia tidak segan menegur bawahannya secara langsung bahkan mengkritik instansinya sendiri. Hal itu dia lakukan terhadap Pertamina di mana ia menjabat sebagai Komisaris Utama sejak 2019.

Ahok terjun ke dunia politik dari tahun 2003, namanya meroket ketika mencalonkan diri menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta berpasangan dengan Joko Widodo pada 2012. Sebelumnya, pada 2005-2010 ia sukses menjadi Bupati Belitung Timur. Pada 2021, tidak sampai dua tahun, ia menjabat sebagai Pelaksana Tugas Gubernur DKI Jakarta menggantikan Joko Widodo yang mengambil cuti panjang untuk pencalonan presiden pada

2014.

Setelah tidak menjadi gubernur Jakarta karena kalah dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah DKI Jakarta tahun 2017 dan mendekam di bui selama dua tahun akibat penistaan agama, Ahok ditunjuk sebagai Komisaris Utama Pertamina tahun 2019. Sosoknya yang ceplak-ceplak tersebut memang sudah lama dibicarakan masyarakat. Ia memiliki gaya retorika yang berbeda dengan pemimpin lain. Dia kerap dipandang sebagai pemimpin arogan, temperamen, dan *to the point*. Ahok memimpin dengan gaya retorika ceplak-ceplak tidak hanya sewaktu menjabat sebagai gubernur dan komisaris, tetapi juga saat menjabat Bupati Belitung Timur.

Jika mengacu pada jenis retorika yang dikemukakan Aristoteles, maka retorika yang digunakan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) adalah retorika deliberatif. Dia beretorika dengan gaya ceplak-ceplak, semata-mata karena karena menginginkan perubahan ke arah yang lebih baik bagi instansinya.

Corbett & Connors (1999) menyatakan, ketika seseorang mencoba membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu, maka seseorang tersebut mencoba menunjukkan kepada orang lain bahwa apa yang dilakukan adalah baik atau menguntungkan. Semua seruan dalam pandangan retorika deliberatif ini dapat direduksi menjadi yang layak (dignitas) atau yang baik (bonum) dan yang bijaksana atau berguna (utilitas).

Pemaknaan Pertimbangan Sosial

Jika merujuk pada *social judgement theory* yang dikemukakan oleh Muzafer Sherif, seorang individu akan menimbang setiap isu baru, membandingkannya dengan sudut pandang individu saat ini untuk menentukan di mana harus ditempatkan pada skala sikap. Sherif melihat sikap sebagai campuran dari tiga garis lintang (rentang). Ada garis lintang penerimaan (*latitude of acceptance*), garis lintang penolakan (*latitude of rejection*), dan garis lintang non komitmen (*latitude of noncommitment*).

Dari retorika Tri Rismaharini dan Basuki Tjahaja Purnama, garis lintang (rentang) bersama-sama menciptakan spektrum penuh dari setiap individu. Pada

rentang *latitude of acceptance*, mendefinisikan garis lintang penerimaan sebagai kisaran posisi pada suatu isu yang dianggap individu dapat diterima olehnya. Artinya, beberapa masyarakat ketika memandang gaya retorika Tri Rismaharini dan Basuki Tjahaja Purnama yang *to the point* dan terkesan arogan tersebut bisa saja menerimanya karena menurutnya itulah karakter asli yang dimiliki kedua pejabat publik tersebut. Beberapa masyarakat tidak memperlakukan gaya retorikanya, bahkan menerimanya.

Mereka yang memandang pada garis lintang penolakan (*latitude of rejection*), ini didefinisikan sebagai posisi yang dianggap seseorang paling tidak menyenangkan. Artinya, ia menolak sikap kedua tokoh pejabat publik tersebut. Kaum ini memandang apa yang dilakukan kedua tokoh tersebut tidak wajar dan tidak menggambarkan sikap pemimpin yang baik menurut patokan (standar) yang ia bangun. Semakin besar garis lintang penolakan, maka semakin lebih sulit untuk dibujuk.

Di tengah-tengah pertentangan garis lintang (rentang) tersebut, terdapat garis lintang nonkomitmen (*latitude of noncommitment*). Garis lintang ini mengartikan sudut pandang di mana orang merasa sangat acuh. Mereka acuh terhadap isu yang melibatkan dirinya sendiri. Sherif juga mengklaim bahwa semakin besar perbedaan, semakin komunikasi akan menyesuaikan sikap mereka. Jadi, pesan yang paling meyakinkan adalah yang paling tidak sesuai dengan posisi pendengar, namun berada dalam garis lintang penerimaan atau garis lintang ketidakkomitmentannya.

Kesimpulan

Dari kedua kasus dan teori yang dijelaskan sebelumnya, maka terdapat dua macam efek yang timbul akibat proses mempertimbangkan pesan yaitu efek asimilasi dan efek kontas. Efek asimilasi cenderung dapat menerima ketimbang keadaan yang sebenarnya. Masyarakat yang menjadi sasaran persuasi akan menilai pesan yang disampaikan komunikator (Tri Rismaharini dan Basuki Tjahaja Purnama) tampak sejalan dengan patokan atau standarnya. Sedangkan

pernyataan yang berada dalam rentang penolakan akan tampak semakin berbeda karena sebenarnya secara teori seseorang memperbesar perbedaan dan pada akhirnya pesan dapat ditolak dengan mudah oleh masyarakat.

Suatu pesan diterima atau ditolak didasarkan atas peta kognitif dirinya sendiri terhadap pesan tersebut. Seseorang menerima atau menolak suatu pernyataan. Atau pesan tertentu bergantung pada keterlibatan egonya sendiri. Ketika seseorang menerima pesan (verbal dan nonverbal), mereka dengan segera menilai, memperkirakan di mana pesan harus ditempatkan dalam bagian otaknya dengan cara membandingkan dengan pesan-pesan yang diterimanya selama ini.

Dari kedua kasus tersebut, individu menilai pesan-pesan yang mereka terima. Ia juga mampu memprediksi bahwa seseorang menerima atau menolak terhadap pesan-pesan yang masuk. Selain itu juga melahirkan hipotesis-hipotesis baru dan memperluas rentang pengetahuan seseorang, termasuk ketika sedang menerima pesan-pesan, dan juga memiliki kekuatan terorganisir melalui pengorganisasian pengetahuan yang ada di dalam otak seseorang mengenai sesuatu.

Daftar Pustaka

- Alberico, J., Loisa, R. (2019). Retorika deliberatif selebgram dalam memotivasi audiens melalui media sosial (konten level up di akun instagram Benakribo). *Jurnal Koneksi*, 3(1), 236.
- Ardiansyah, M. (2018). Analisis retorika Basuki Thahaja Purnama dalam kampanye rakyat pemilihan kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta di rumah Lembang 2017. *Jurnal Bapala*, 5(1), 1-15.
- Arsani, et al. (2020). Retorika politik pasangan Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Syaiful Hidayat pada debat politik pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(20), 75-91.
- Atkins, J. (2018). Strangers in their own country: Epideictic rhetoric and communal definition in enoch powell's "rivers of blood" speech. *The political quarterly*, 89, 362-369.

- Booth, W.C. (2004). *The rhetoric of rhetoric: The quest for effective communication*. Blackwell Publishing.
- Carina. (2021, Juni 16). Ini kronologi luapan kemarahan ahok terhadap wartawan pagi ini. *Megapolitan.kompas.com*.
- Clampitt, P, G. (2017). *Communication for managerial effectiveness: Challenges, strategies, solutions*. Sage.
- Corbett, E & Connors, R. (1999). *Retorika klasik untuk mahasiswa modern*. Oxford University Press.
- Dhia, R., Pramesthi, J., & Irwansyah. (2021). Analisis retorika Aristoteles pada kajian ilmiah media sosial dalam mempersuasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81-103.
- Didi. (2021, Oktober 4). Video: Menteri Risma marahi petugas pkh karena coret nama penerima bansos begini faktanya. *Liputan6.com*.
- Griffin, E. (2006). *A first look at communication theory*. McGraw-Hill.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Larson, C.U. (2010). *Persuasion: Reception and responsibility*. Wadsworth.
- Littlejohn, et al. (2017). Theories of human communication: Eleventh edition. *In Waveland Press*, 53(9).
- Martha, I.N. (2010). Retorika dan penggunaannya dalam berbagai bidang. *Jurnal Prasi*, 6(12), 61-71.
- Miller, K. (2005). *Communication theories; perspectives, process, and context*. McGraw-Hill.
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morissan & Wardhani. (2009). *Teori komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Natanael, E., Gatot, C. (2018). Konstruksi gaya retorika Fedrich Yunadi (analisis retorika Aristoteles program televisi catatan najwa edisi setia pengacara setya. *Jurnal Semiotika*, 12(2), 134-150.
- Pradewo. (2020, September 16). Ahok marah dan bongkar aib Pertamina ini respon anak buah Prabowo. *Jawapos.com*.
- Putri, A, F,R. (2021). *Menelisik dinamika dan gaya kepemimpinan Tri Rismaharini sebagai figur penting kota Surabaya*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rajiyem, (2005). Sejarah dan perkembangan retorika. *Jurnal Humaniora*, 17(2), 142-153.
- Sahara, W. (2021, Oktober 15). Ini 7 aksi marah-marah Risma di depan publik. *Kompas.com*.
- Shannon, C., Weaver W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Shidiq, D, et al. (2019). *Gaya komunikasi Walikota Surabaya Tri Rismaharini*. Tangerang: Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Sulistyarini, D., Zainal, A, G. (2020). *Buku ajar retorika*. Banten: CV AA Rizky.
- West, R., Turner, L,H. (2010). *Introducing communication theory: Analysis and application*. Mc-Graw-Hill.
- Wibowo, E. (2021, Oktober 15). 6 peristiwa Risma marah-marah selama menjabat mensos. *Nasional.tempo.co*.
- Yanuar, F & Ekayanthi. (2020). Analisis teoritis pesan komunikasi Jerinx-sid terkait IDI dan covid-19 dan penerimaan pesannya oleh masyarakat menurut teori aksi berbicara dan teori penilaian sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(2), 69-75