

## Analisis Retorika Politik dalam Debat Publik Kedua Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Ponorogo Tahun 2024

Muhammad Naufal Aziz<sup>1</sup>, Ayub Dwi Anggoro<sup>2</sup>, Niken Lestari<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Ponorogo<sup>123</sup>

muhammadnaufalazz@gmail.com<sup>1</sup>, ayubdwianggoro@umpo.ac.id<sup>2</sup>,

lestarini.niken@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the forms of political rhetoric used by the candidates for regent and vice regent in the second public debate of the 2024 Ponorogo regional elections. The approach used is descriptive qualitative with Aristotle's classical rhetorical analysis techniques, namely ethos, pathos, and logos. Data was obtained from the official transcript of the public debate downloaded from the YouTube channel of the Ponorogo Regency Election Commission. The results of the study indicate that each candidate pair employed different rhetorical strategies: the first pair tended to emphasize ethos and pathos, while the second pair was more dominant in logos and ethos. Political rhetoric is used not only to convey vision and mission but also to subtly attack opponents and build self-image. Thus, this study offers new insights into the role of rhetorical strategies in local political campaigns, which can serve as a reference for aspiring leaders and political consultants in designing more effective campaigns.*

**Keywords:** *political rhetoric, public debate, Ponorogo local elections, ethos, pathos, logos*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk retorika politik yang digunakan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati dalam debat publik kedua Pilkada Ponorogo tahun 2024. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis retorika klasik Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Data diperoleh dari transkrip resmi debat publik yang diunduh dari kanal YouTube Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing pasangan calon menggunakan strategi retorika yang berbeda: pasangan nomor urut 1 cenderung menonjolkan *ethos* dan *pathos*, sedangkan pasangan nomor urut 2 lebih dominan pada *logos* dan *ethos*. Retorika politik digunakan tidak hanya untuk menyampaikan visi dan misi, tetapi juga untuk menyerang lawan secara halus dan membangun citra diri. Dengan demikian, kajian ini memberikan pandangan baru mengenai peran strategi retorika dalam kampanye politik lokal, yang dapat menjadi referensi bagi calon pemimpin dan konsultan politik dalam merancang kampanye yang lebih efektif.

**Kata kunci:** *retorika politik, debat publik, Pilkada Ponorogo, ethos, pathos, logos*

### PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan komponen penting dalam sistem demokrasi Indonesia. Dalam sistem ini, rakyat memiliki kesempatan untuk memilih pemimpin secara langsung melalui mekanisme pemungutan suara. Pilkada bukan hanya sekadar proses formal-prosedural, tetapi juga menjadi ajang

pertarungan ide, gagasan, serta strategi komunikasi politik antar kandidat. Salah satu aspek penting dalam proses Pilkada adalah pelaksanaan debat publik, yang menjadi ruang terbuka bagi para calon kepala daerah untuk menyampaikan visi, misi, program kerja, serta merespons berbagai isu strategis yang berkembang di masyarakat (Mulyana, 2020).

Pilkada serentak di Indonesia pertama kali dilakukan pada tahun 2015 yang Dimana dilaksanakan pada 5 tahun sekali untuk memilih Gubernur, Bupati dan Wali Kota. Pilkada serentak dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang No. 1 Tahun 2015 yang di mana dalam perkembangannya diubah beberapa kali dan yang terakhir berdasarkan UU No. 1 Tahun 2016. Sebelum diselenggarakan Pilkada serentak, pemilihan kepala daerah dilakukan secara terpisah-pisah sehingga terjadi ketidaksesuaian pada jadwal yang telah ada. Tujuan diadakannya Pilkada serentak adalah untuk meningkatkan efisiensi, menekan biaya, dan juga untuk menciptakan stabilitas politik tingkat daerah. Pilkada serentak telah menjadi bagian penting dalam sistem demokrasi Indonesia dan diharapkan ke depan dapat terus meningkatkan kualitas pemilihan kepala daerah serta memperkuat pemerintahan daerah yang lebih stabil dan efisien.

Pilkada serentak merupakan momen penting dalam dinamika politik daerah yang mencerminkan aspirasi masyarakat dalam memilih pemimpin lokal yang mereka anggap mampu membawa perubahan positif. Salah satu rangkaian Pilkada adalah Debat publik yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kampanye politik yang efektif. Melalui debat, masyarakat dapat menilai kualitas kepemimpinan, wawasan, dan kemampuan komunikasi dari masing-masing calon. Dalam konteks ini, debat tidak hanya menjadi arena penyampaian program kerja, melainkan juga menjadi sarana untuk membangun citra dan memengaruhi persepsi publik. Oleh karena itu, penggunaan strategi komunikasi yang efektif, terutama dalam bentuk retorika politik, menjadi kunci penting dalam memenangi pertarungan elektoral (Perloff, 2021)

Dalam konteks Pilkada Ponorogo tahun 2024, debat publik menjadi sorotan karena mempertemukan dua pasangan calon dengan latar belakang, gaya komunikasi, dan strategi kampanye yang berbeda. Penggunaan retorika politik menjadi elemen penting dalam debat tersebut. Retorika politik berperan dalam membangun citra diri, menyentuh emosi pemilih, dan menyampaikan pesan politik dengan efektif. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana bentuk-bentuk retorika tersebut digunakan dalam debat publik. Semua pasangan calon diuji kemampuannya dalam berbicara secara persuasif, memahami kebijakan, dan menahan tekanan persaingan politik dalam berbagai jenis kampanye untuk memastikan kesuksesan pemilihan daerah. Retorika politik, dalam studi komunikasi, merujuk pada kemampuan seorang aktor politik dalam menyusun dan menyampaikan pesan secara persuasif guna membentuk opini publik dan memperoleh dukungan elektoral (Zarefsky, 2008). Aristoteles dalam teorinya menyebutkan tiga elemen utama dalam retorika: **ethos** (kredibilitas pembicara), **pathos** (daya tarik emosional), dan **logos** (logika atau argumentasi). Ketiga aspek ini

menjadi fondasi dalam menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh politisi, termasuk dalam forum debat publik (Aristotle, dalam Kennedy, 2007).

Penerapan retorika dalam debat politik sangat berkaitan dengan konteks sosial, budaya, dan politik yang melatarbelakangi pelaksanaannya. Debat publik antar pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Ponorogo menjadi ajang penting dalam menunjukkan kualitas kepemimpinan, kepekaan terhadap isu lokal, dan kemampuan merespons tantangan pembangunan daerah. Debat publik dalam Pilkada Ponorogo 2024 bukan hanya menjadi forum adu gagasan, tetapi juga menjadi sarana untuk memengaruhi opini pemilih dalam situasi persaingan politik yang ketat. Dalam debat publik, setiap kandidat berusaha menyusun narasi politik yang mampu menggugah emosi, meyakinkan secara logis, serta menampilkan citra personal yang kredibel. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk meyakinkan pemilih rasional, tetapi juga untuk menarik simpati pemilih emosional yang jumlahnya cukup signifikan dalam sistem demokrasi lokal di Indonesia (Effendy, 2016)

Kabupaten Ponorogo, sebagai salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur, turut serta dalam Pilkada serentak tahun 2024 yang diselenggarakan dengan skala nasional. Daerah ini memiliki dinamika politik lokal yang cukup menarik, dengan sejarah panjang dalam kontestasi politik yang melibatkan tokoh-tokoh lokal berpengaruh serta basis massa yang tersegmentasi secara ideologis, kultural, dan sosial-ekonomi. Pada Pilkada di Kabupaten Ponorogo tahun ini untuk pemilihan Bupati dan Wakil Bupati periode 2025-2030, diikuti oleh dua pasangan calon. Yaitu : Drs. H. Ipong Muchlissoni dengan Segoro Luhur Kusumo Daru merupakan pasangan calon dengan nomor urut 1 dan H. Sugiri Sancoko, SE., MM. dengan Lisdyarita, SH, sebagai pasangan calon nomor urut 2. Para calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Ponorogo memiliki keunggulannya masing-masing, seperti Drs. H. Ipong Muchlissoni, merupakan seorang politikus yang pernah menjabat sebagai Bupati Ponorogo (2016-2021) dan Segoro Luhur Kusumo Daru adalah seorang tokoh muda dari Ponorogo yang merupakan putra dari seorang politikus yakni Supriyanto, Ketua DPC Partai Gerindra Ponorogo dan anggota DPR RI. Kemudian H. Sugiri Sancoko, SE., MM. dan Lisdyarita, SH, yang merupakan pasangan calon pertahanan Bupati dan Wakil Bupati Ponorogo. Keduanya merupakan seorang politikus yang memiliki rekam jejak dalam pemerintahan yang cukup baik. Dengan masing-masing keunggulan yang dimiliki kedua pasangan calon menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Ponorogo Tahun 2024.

Urgensi dari penelitian ini untuk memahami pentingnya unsur-unsur yang memengaruhi efektivitas retorika dalam pemilihan umum kabupaten Ponorogo. Dengan memberikan wawasan tentang penerapan retorika Aristoteles dalam pemilihan umum kabupaten, khususnya dalam debat publik yang disiarkan di kanal Youtube KPU Ponorogo. Selain bermanfaat secara praktis untuk kampanye politik, temuan penelitian ini diharapkan dapat secara signifikan mengembangkan bidang penelitian komunikasi politik, terutama di Indonesia (Isa, 2024). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana retorika Aristoteles berfungsi dalam

kampanye politik di Kabupaten Ponorogo untuk mempengaruhi opini publik dan persepsi pemilih.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana retorik untuk mengkaji bentuk dan strategi retorika politik dalam debat publik kedua calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Ponorogo pada Pilkada tahun 2024. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin memahami makna di balik ujaran kandidat serta strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun citra dan memengaruhi audiens (Moleong, 2019; Creswell, 2014). Data utama diperoleh dari rekaman video debat pada laman Youtube yang diselenggarakan oleh KPU Kabupaten Ponorogo dan transkrip debat yang diturunkan dari rekaman tersebut. Selain itu, dokumen pendukung seperti pemberitaan media dan pernyataan resmi dari tim kampanye juga digunakan untuk memperkuat analisis. Teknik analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tuturan-tuturan penting dari kedua paslon berdasarkan kategori *ethos*, *pathos*, dan *logos*, kemudian dianalisis makna dan tujuannya dalam membentuk citra serta pengaruhnya terhadap audiens.

Analisis dilakukan dengan menggunakan teori retorika klasik dari Aristoteles yang mencakup tiga elemen utama, yaitu *ethos* (kredibilitas pembicara), *pathos* (daya tarik emosional), dan *logos* (argumen logis) (Aristotle dalam Kennedy, 2007). Tiap tuturan kedua pasangan calon dianalisis berdasarkan ketiga unsur tersebut untuk melihat bagaimana strategi retorika digunakan dalam konteks debat publik di Pilkada. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan menguji hasil analisis melalui diskusi dengan narasumber ahli di bidang komunikasi politik (Sugiyono, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Debat publik dalam pemilihan kepala daerah merupakan momentum strategis bagi para kandidat untuk menampilkan kompetensi, kredibilitas, serta kepekaan terhadap isu-isu lokal yang sedang terjadi. Dalam konteks Pilkada Ponorogo 2024, debat publik kedua memperlihatkan bagaimana kedua pasangan calon (Ipong–Luhur dan Sugiri–Lisdyarita) menggunakan pendekatan retorik untuk membangun citra, menyampaikan program, sekaligus menyerang lawan secara strategis. Dengan menggunakan teori retorika Aristoteles, khususnya melalui tiga elemen utama *ethos*, *pathos*, dan *logos* penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi kedua pasangan calon digunakan untuk membangun kredibilitas dan membentuk persepsi publik.

### *Ethos*

Kredibilitas atau *ethos* merupakan komponen penting dalam diskursus politik. Karena kedua calon bupati telah menjabat sebagai bupati pada periode

kepemimpinan sebelumnya, penelitian ini menemukan bahwa kedua pasangan calon bupati dan wakil bupati dalam debat publik kedua menunjukkan *ethos* yang menunjukkan kredibilitas mereka sebagai pemimpin. Pada gelaran debat publik kedua ini kedua paslon tampil berbeda dengan edisi debat publik sebelumnya. Kedua paslon tampil berbeda dari edisi debat publik sebelumnya, paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) tampil mengenakan kemeja batik dengan celana hitam yang menunjukkan rasa cinta tanah air dan kebanggaan terhadap budaya bangsa. Sedangkan paslon 2 (Sugiri Sancoko – Lisdyarita) (Sugiri Sancoko – Lisdyarita) tampil menggunakan setelan baju adat Jawa serta penadon wanita (Donta) yang melambangkan keanekaragaman budaya serta bangga terhadap tradisi dan produk lokal. Hal ini menunjukkan bahwa kedua paslon memiliki rasa cinta tanah air dan bangga pada keanekaragaman budaya. Ini membantu kedua paslon dalam meningkatkan kredibilitasnya sebagai pemimpin yang berintegritas bagi persepsi publik.

Kontestasi debat publik kedua ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan simpati dari masyarakat Ponorogo dan untuk membangun citra sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat dan tetap profesional. Menurut Aristoteles, *ethos* adalah cara seorang pembicara membangun kredibilitasnya agar audiens mempercayai apa yang disampaikan, dengan menekankan karakter, niat baik, dan integritas moral (Aristotle, dalam Kennedy, 2007). Konsep ini tampak jelas dalam strategi retorik yang digunakan oleh kedua pasangan calon (paslon) dalam debat publik, di mana masing-masing berupaya menampilkan citra diri yang kredibel dan layak dipercaya. Pada debat publik kedua ini paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) menekankan bahwa pengalaman Ipong Muchlissoni sebagai Bupati Ponorogo periode 2016–2021 untuk membangun kredibilitas sebagai pemimpin yang berpengalaman. Paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) juga memberikan Pernyataan “*Saya tidak pernah berjanji bikin sirkuit... Tapi hari ini saya berjanji*” menunjukkan upaya membangun citra sebagai sosok yang tidak mudah mengumbar janji, namun berani berkomitmen ketika benar-benar siap. Pernyataan ini memperlihatkan konsistensi moral dan kehati-hatian dalam berbicara, yang memperkuat kesan integritas.

Kredibilitas seorang komunikator terbangun dari kepribadian dan rekam jejak yang ditampilkan serta dari apa yang dikatakan. Paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) menegaskan identitas moralnya dengan mengatakan bahwa ia tidak pernah minum-minuman keras atau melakukan perbuatan tercela. Penegasan ini merupakan bentuk konstruksi narasi personal yang bersih dan bermoral, sebagai upaya membentuk kepercayaan publik terhadap integritas pribadinya. Lebih lanjut, pernyataan “*Kami tidak anti kritik, karena kritik adalah vitamin demokrasi*” menunjukkan keterbukaan terhadap kontrol sosial, yang mencerminkan sikap demokratis dan kerendahan hati sebagai bagian dari karakter pemimpin

*Ethos* sendiri tidak hanya berkaitan dengan kredibilitas pribadi, tetapi juga dengan representasi nilai-nilai kolektif yang diharapkan masyarakat. Pandangan ini tercermin dalam strategi retorik Paslon 2 (Sugiri Sancoko – Lisdyarita) (Sugiri

Sancoko - Lisdyarita) yang menyatakan “Kalau saya dan Bu Lisdyarita tidak memberikan teladan yang baik, maka tidak ada perubahan”, sebuah pernyataan yang menekankan kepemimpinan berbasis keteladanan. Selain itu, mereka juga menegaskan kedekatan emosional dengan masyarakat melalui pernyataan bahwa kehadiran mereka telah terbangun bahkan sebelum masa kampanye. Kredibilitas politik yang mereka bangun juga dikuatkan dengan klaim bahwa tidak ada keterlibatan dalam kasus hukum apa pun. Dengan demikian, Paslon 2 (Sugiri Sancoko - Lisdyarita) membangun *ethos* tidak hanya dari moralitas personal, tetapi juga dari keberlanjutan rekam jejak dan relasi langsung dengan masyarakat.

Dengan memanfaatkan *ethos* secara strategis, kedua paslon berupaya membangun legitimasi politik dan kepercayaan publik melalui citra sebagai pemimpin yang etis, bertanggung jawab, dan dekat dengan rakyat. Hal ini menunjukkan bahwa *ethos* menjadi aspek kunci dalam komunikasi politik yang bersifat persuasif, terutama dalam konteks debat publik yang menguji integritas serta kesiapan calon pemimpin di hadapan masyarakat luas.

## **Pathos**

Kedua politisi tersebut sangat mengandalkan *pathos*, atau daya tarik emosional, dalam retorika politik mereka. Menurut studi ini, penggunaan komedi dan gestur yang mencolok merupakan cara untuk menjalin hubungan yang lebih intim dengan audiens dan membangkitkan emosi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kedua calon memahami betapa pentingnya ikatan emosional dalam mempengaruhi opini publik. Selain menambahkan unsur humor dalam diskusi politik, gestur tangan “*sarangheo*” Sugiri Sancoko berfungsi untuk memperkuat reputasinya sebagai pemimpin yang mampu dan memiliki sisi manusiawi. Hal ini sejalan dengan *pathos*, yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik emosional dan membantu calon terhubung dengan audiens mereka. (Hatzisavvidou & Martin, 2022).

*Pathos* sendiri merupakan strategi retorika yang digunakan pembicara untuk membangkitkan emosi audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat menyentuh secara afektif dan menciptakan kedekatan psikologis (Aristotle, dalam Kennedy, 2007). Dalam konteks debat publik, *pathos* menjadi instrumen penting untuk menciptakan resonansi emosional dengan masyarakat, khususnya ketika membicarakan isu-isu yang bersifat personal dan menyentuh kehidupan sehari-hari. Paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) tampak dominan dalam menggunakan jenis retorika ini untuk membangun keterikatan emosional dengan audiens. Pernyataan seperti “Kami hadir bukan untuk mengulang masa lalu, tapi membawa harapan baru” menggugah semangat perubahan dan menawarkan optimisme kepada masyarakat. Kalimat tersebut mengarahkan audiens pada perasaan antusias terhadap masa depan dan memunculkan harapan kolektif akan perbaikan.

Retorika emosional sering kali memperkuat daya tarik pesan politik ketika dibungkus dalam bahasa yang familiar dan menyentuh nilai-nilai budaya. Hal ini terlihat dalam pernyataan Paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) “*Saya rasa, data itu kadang diawur, kita juga ngerti kok*” yang menggunakan bahasa lokal (Jawa)

secara informal namun akrab, membangun kesan bahwa pembicara memahami realitas rakyat dan tidak berjarak dengan mereka. Sentuhan emosional juga ditampilkan melalui kalimat "*Anak muda butuh ruang berekspresi, bukan hanya janji, tapi realisasi,*" yang menyorot segmen pemilih muda dan menggugah kebutuhan mereka akan tindakan nyata, bukan retorika yang kosong. Pernyataan personal seperti "*Saya besar dari keluarga sederhana, saya tahu betapa sulitnya hidup*" menampilkan sisi kemanusiaan dan empati Paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur), serta mengukuhkan citra sebagai sosok yang memahami penderitaan rakyat karena pernah mengalaminya secara langsung.

Sementara itu, Paslon 2 (Sugiri Sancoko - Lisdyarita) juga menerapkan strategi *pathos* dengan cara yang berbeda namun tetap efektif. Retorika emosional dalam politik sering kali digunakan untuk menggarisbawahi tanggung jawab moral dan urgensi perubahan sosial. Hal ini terlihat dalam pernyataan "*Kalau kami tidak memberi contoh, bagaimana masyarakat akan ikut berubah?*" yang menyuarakan perasaan tanggung jawab dan menggugah kesadaran kolektif. Kalimat seperti "*Kita tidak ingin anak-anak kita kehilangan masa depan*" menyentuh naluri protektif orang tua dan kekhawatiran publik akan masa depan generasi muda. Begitu pula dalam ungkapan "*Banjir bukan hanya soal infrastruktur, tapi soal rasa aman warga,*" Paslon 2 (Sugiri Sancoko - Lisdyarita) tidak hanya membahas aspek teknis, tetapi juga mengangkat rasa takut dan kebutuhan emosional masyarakat akan perlindungan.

Secara keseluruhan, penggunaan *pathos* oleh kedua paslon menunjukkan bahwa aspek emosional menjadi komponen penting dalam retorika politik. Melalui narasi yang menyentuh hati, bahasa yang membumi, serta pengalaman personal dan sosial, masing-masing paslon berusaha membangun keterikatan emosional dengan audiens sebagai cara memperkuat daya persuasi dalam debat politik.

## **Logos**

Teknik retorika politik juga menampilkan *logos*, atau alasan dan logika. Kedua calon menggunakan argumen yang terstruktur dengan baik untuk mendukung gagasan mereka, seperti terlihat dari jawaban logis mereka dan penggunaan fakta sejarah dalam debat. Misalnya, pasangan calon 2 (Sugiri Sancoko dan Lisdyarita) menekankan poin mereka tentang keteguhan dan kemampuan mengatasi rintangan secara nonverbal dengan menggunakan istilah "*sreett*" sebagai simbol kekuatan dan keteguhan pada saat menjelaskan keadaan jalan yang telah diperbaiki. Respons kedua calon terhadap topik sensitif juga menunjukkan penggunaan *logos* ini, karena keduanya menggunakan logika dan fakta untuk menangkis kritik dan mempertahankan kredibilitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa retorika logis masih merupakan alat yang ampuh untuk mempengaruhi opini publik dan membentuk pandangan tentang topik yang kontroversial. (Oparinde et al., 2021).

*Logos* merupakan bentuk persuasi yang dibangun melalui argumen rasional, penggunaan bukti, data, serta penalaran logis yang dapat diterima akal sehat (Aristotle, dalam Kennedy, 2007). Dalam konteks debat publik politik, *logos* digunakan untuk menunjukkan kejelasan program, keberhasilan kebijakan, dan

kapasitas intelektual seorang kandidat. Pada debat calon Bupati dan Wakil Bupati Ponorogo 2024–2029, strategi *logos* tampak dimanfaatkan oleh kedua paslon, meskipun Paslon 2 (Sugiri Sancoko – Lisdyarita) terlihat lebih dominan dalam penggunaan retorika berbasis logika ini. Paslon 1 (Ipong Muchlissoni & Segoro Luhur) menggunakan *logos* melalui pernyataan seperti “*Kalau kita bicara APBD... jangan dibumbui angka-angka yang tidak jelas,*” yang menekankan pentingnya transparansi dan akurasi dalam pembahasan anggaran daerah. Kalimat ini menunjukkan ajakan untuk berpikir kritis terhadap data yang disampaikan lawan debat serta upaya menjaga integritas logis dalam diskusi kebijakan. Meskipun demikian, intensitas penggunaan *logos* lebih tinggi pada Paslon 2 (Sugiri Sancoko – Lisdyarita), yang secara konsisten menghadirkan argumen berbasis data dan capaian program konkret.

Penggunaan data dan logika untuk memperkuat kepercayaan audiens terhadap kompetensi dan kecakapan seorang pembicara. Hal ini terlihat dalam pernyataan Paslon 2 (Sugiri Sancoko – Lisdyarita) seperti “*Kami membangun biofori dan berhasil mengurangi banjir di alun-alun,*” yang menunjukkan keberhasilan programnya dibidang lingkungan berbasis bukti. Begitu pula dengan kalimat “*Kami prioritaskan pelayanan kesehatan yang tidak ribet*” yang mengarah pada efisiensi pelayanan publik sebagai bentuk kebijakan rasional. Adapun juga pernyataan “*Mall pelayanan ini the real mall, bukan mall-mallan*” juga memuat ironi logis yang menyisipkan kritik terhadap inefisiensi birokrasi sambil memperkuat narasi keberhasilan mereka.

Efisiensi anggaran mereka tampak dalam pernyataan “*Kami tidak menggunakan APBD, tetapi bermitra dengan pihak ketiga*” yang mencerminkan cara baru mengelola dana publik. Keberhasilan program ketenagakerjaan juga kian kuat, sebab mereka menyatakan, Tingkat pengangguran kita menurun karena pelatihan kerja, sementara dampak pengentasan kemiskinan dipertegas dengan angka, “*Angka kemiskinan di Ponorogo turun 2% selama kepemimpinan kami*”. Narasi tersebut menjadi bagian dari strategi *logos* yang ingin meyakinkan publik bahwa visi dan programnya bukan sekadar janji, melainkan sudah terbukti lewat hasil konkret yang bisa diukur.

Dengan kata lain, logika yang jelas dan terukur jadi alat utama saat calon pemimpin ingin membentuk cara audiens melihat kemampuan teknis mereka. Banyak bukti dan argumen rasional membantu pasangan calon meyakinkan pemilih bahwa rencana yang dibawa bukan sekadar omong kosong, melainkan ide yang pernah terbukti berhasil di masa lalu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini mengungkap betapa pentingnya strategi retorika dalam cara-cara kandidat berkomunikasi pada debat publik Pilkada Ponorogo 2024. Berdasarkan teori Aristoteles, pasangan nomor urut satu lebih banyak mengedepankan kepercayaan diri dan penggerak perasaan (*ethos* dan *pathos*), sedangkan pasangan

nomor urut dua fokus pada argumen logis dan rasional (*logos*) juga reputasi kepemimpinan.

Masing-masing pasangan calon memakai bahasa, simbol, dan kisah sehari-hari guna membangun citra, menerangkan program, dan mengarahkan opini pemilih. Karena itu, debat publik jadi arena emosional sekaligus intelektual tempat kandidat menjalin ikatan langsung dengan rakyat. Temuan-hasil penelitian menegaskan bahwa pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi-politik sangat diperlukan saat bersaing di pemilihan umum. Dengan kata lain, hasil ini bisa jadi pedoman praktis untuk calon politisi dan konsultan kampanye serta sumbangsih teoritis bagi pengembangan kajian retorika politik di tingkat daerah Indonesia.

Dari penelitian ini muncul beberapa saran penting. Pertama, calon kepala daerah dan tim sukses sebaiknya menguasai teknik retorika secara mendalam agar pesan politik dapat diterima dengan baik oleh beragam lapisan masyarakat. Kedua, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebaiknya menyediakan panduan teknis dan pelatihan bagi penyelenggara debat agar setiap sesi berlangsung adil, informatif, dan jelas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aristotle. (2007). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse* (Trans. George A. Kennedy). Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Furqan, A., & Syarif, A. (2023). Peran Retorika Dalam Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Pemilih Muda Pada Pemilihan Umum. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(2), 135-148.
- Hatzisavvidou, S., & Martin, J. (2022). Emotions in Political Communication. *Journal of Political Discourse Studies*, 4(1), 55-67.
- Ichwan, M. R., et al. (2023). Retorika Politik Lokal Dalam Mempengaruhi Pilihan Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019 Di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Politik Lokal*, 6(1), 1-12.
- Isa, A. (2024). Retorika Prabowo Subianto dalam Debat Pertama Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Retorika Politik Indonesia*, 5(1), 77-90.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2020). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Oparinde, T., et al. (2021). Rhetorical Strategies and Political Persuasion: The Use of Logic in Political Campaigns. *International Journal of Political Communication*, 3(2), 50-66.

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 9 (2025) 2803 – 2812 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v7i9.8713

Perloff, R. M. (2021). *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age* (3rd ed.). Routledge.

Ramadhani, F., et al. (2024). Retorika Politik Dalam Debat Capres Dan Cawapres 2024. *Jurnal Komunikasi dan Politik Indonesia*, 7(1), 22–38.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.