

Membedah Retorika Politik Presiden Prabowo Subianto pada Pidato Hari Buruh Internasional 2026 di YouTube: Analisis Retorika Aristoteles

Atef Fahrudin (1), Galang Ikhwan Aji Sabda (2)

^{1,2}Ilmu Komunikasi K. Pangandaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Indonesia
E-mail Korespondensi: atef@unpad.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk membedah retorika politik Presiden Prabowo Subianto dalam pidato Peringatan Hari Buruh Internasional 2026 yang diunggah pada kanal YouTube resmi Prabowo Subianto. Pidato ini dipilih karena menampilkan gaya komunikasi politik yang khas, memadukan naskah formal kenegaraan dengan improvisasi lisan yang spontan di hadapan massa buruh. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi terhadap transkrip audiovisual (file SRT) berdurasi 46 menit 17 detik yang berisi 2.479 kata ujaran. Kerangka analisis yang digunakan adalah teori retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*, yang diperkaya dengan lima kanon retorika klasik (*inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, dan *pronuntiatio*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pathos* dan *logos* mendominasi struktur persuasi pidato, ditandai dengan narasi personal tentang latar belakang militer dan pengalaman lima kali mencalonkan diri sebagai presiden, serta pemaparan sejumlah kebijakan konkret seperti Keputusan Presiden Nomor 10 Tahun 2026 dan dua Peraturan Presiden tentang perlindungan pekerja. *Ethos* dibangun melalui protokol kenegaraan, simbol religiusitas dan pluralisme, serta klaim moral antikorupsi. Dari sisi lima kanon retorika, pidato ini memperlihatkan *dispositio* yang cair karena Presiden secara eksplisit menyimpang dari naskah yang telah disiapkan, serta *elocutio* yang mencampurkan register bahasa Indonesia formal, dialek Jakarta yang informal, dan bahasa Jawa pada bagian penutup. Temuan ini memperkuat argumen bahwa retorika politik populis kontemporer di Indonesia memanfaatkan platform digital untuk menampilkan kedekatan emosional sekaligus legitimasi kebijakan.

Kata kunci: Komunikasi; Media; Politik; Prabowo; Retorika

Abstract: This study examines the political rhetoric of President Prabowo Subianto in his International Labor Day 2026 speech, uploaded on his official YouTube channel. The speech was selected because it displays a distinctive political communication style that blends a formal state text with spontaneous oral improvisation before an audience of labor workers. The study employs a qualitative descriptive approach with content analysis applied to an audiovisual transcript (SRT file) lasting 46 minutes and 17 seconds, containing 2,479 spoken words. The analytical framework used is Aristotle's rhetorical theory of *ethos*, *pathos*, and *logos*, enriched with the five classical canons of rhetoric (*inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, and *pronuntiatio*). The results show that *pathos* and *logos* dominate the speech's persuasive structure, marked by a personal narrative about the speaker's military background and five previous presidential bids, alongside the presentation of concrete policies such as Presidential Decree Number 10 of 2026 and two Presidential Regulations on worker protection. *Ethos* is constructed through state protocol, symbols of religiosity and pluralism, and anti-corruption moral claims. Regarding the five canons, the speech shows a fluid *dispositio* as the President explicitly departs from the prepared text, and an *elocutio* that mixes formal Indonesian, informal Jakarta dialect, and Javanese in the closing segment. These findings reinforce the argument that contemporary populist political rhetoric in Indonesia uses digital platforms to display emotional proximity alongside policy legitimacy.

Keywords: Communication; Media; Politics; Prabowo Rhetoric

Article History:

Received 14-07-2026; Revised 23-06-2026; Accepted 28-07-2026

PENDAHULUAN

Pidato politik merupakan salah satu instrumen komunikasi kekuasaan yang paling tua sekaligus paling efektif dalam sejarah peradaban manusia. Melalui pidato, seorang pemimpin tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kredibilitas, menggugah emosi, dan menyusun argumentasi untuk meyakinkan khalayak agar menerima gagasan atau kebijakan yang ditawarkan. Di era digital, ruang pertunjukan pidato politik tidak lagi terbatas pada podium fisik, melainkan meluas ke platform media sosial seperti YouTube yang memungkinkan pidato disaksikan berulang kali, dipotong menjadi kutipan pendek, dan diperbincangkan secara luas oleh publik lintas ruang dan waktu.

Pada peringatan Hari Buruh Internasional atau May Day tahun 2026, Presiden Republik Indonesia Prabowo Subianto menyampaikan pidato di hadapan ribuan buruh, petani, dan nelayan yang kemudian diunggah ke kanal YouTube resmi bernama Prabowo Subianto dengan judul Pidato Presiden Prabowo pada Peringatan Hari Buruh Internasional. Video tersebut telah ditonton sekitar enam puluh empat ribu kali dan berdurasi 46 menit 17 detik. Tangkapan layar video sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1 memperlihatkan Presiden Prabowo Subianto berdiri di podium bersama sejumlah pejabat negara dan pemimpin serikat pekerja, dengan latar belakang bendera Merah Putih, sebuah petunjuk visual awal mengenai nuansa protokoler sekaligus populis yang akan tampak dalam isi pidato.



Gambar 1. Tangkapan Layar Video YouTube "Pidato Presiden Prabowo pada Peringatan Hari Buruh Internasional" pada Kanal Resmi Prabowo Subianto

Sumber: Akun Youtube @Prabowo Subianto

Teori retorika yang dirumuskan oleh Aristoteles lebih dari dua ribu tahun silam tetap relevan sebagai pisau analisis untuk membedah persuasi politik kontemporer. Dalam risalahnya *Rhetoric*, Aristoteles merumuskan tiga sarana persuasi artistik (*entechnoi pisteis*) yang tersedia bagi seorang orator, yaitu ethos, pathos, dan logos (Rapp, 2010). Ethos merujuk pada kredibilitas dan karakter moral pembicara sebagaimana dipersepsikan oleh khalayak, mencakup keahlian, kejujuran, dan itikad baik; Garver (1994) menegaskan bahwa dalam pandangan Aristoteles, retorika adalah seni berkarakter, sehingga ethos bukan sekadar atribut personal melainkan hasil konstruksi wacana yang dibangun secara sengaja melalui pilihan kata dan sikap dalam berpidato. Pathos adalah sarana persuasi yang bekerja melalui pembangkitan emosi khalayak, seperti rasa marah, iba, takut, atau harapan, sehingga penilaian pendengar terhadap suatu perkara turut dipengaruhi oleh suasana hati mereka pada saat mendengarkan

(Rapp, 2010); Rakhmat (2011) menjelaskan bahwa dalam konteks pidato politik, pathos sering diwujudkan melalui narasi personal, pengalaman hidup, dan penggunaan bahasa yang membangkitkan empati kolektif. Adapun logos adalah sarana persuasi yang bertumpu pada argumentasi rasional, penyajian data, contoh, dan penalaran logis atau entimem, yang menempatkan akal sehat sebagai basis keyakinan khalayak. Ketiga sarana persuasi tersebut bekerja melalui dua bentuk penalaran retorik, yaitu contoh (*paradeigma*) yang bersifat induktif dan entimem yang bersifat deduktif namun dengan premis yang sebagian dibiarkan implisit karena dianggap telah disepakati bersama oleh pembicara dan khalayak. Littlejohn & Foss (2014) menjelaskan bahwa efektivitas ketiga sarana persuasi ini sangat bergantung pada sejauh mana pembicara memahami karakteristik audiensnya, sehingga pilihan retorik yang sama dapat menghasilkan efek persuasi yang berbeda pada audiens yang berbeda pula, sementara Perloff (2017) menambahkan bahwa dalam komunikasi politik kontemporer ketiga elemen tersebut jarang berdiri sendiri, melainkan saling berjaln, misalnya sebuah argumen logos yang disampaikan dengan nada emosional sekaligus berfungsi sebagai pathos. Karena ketiga sarana persuasi ini kerap sulit dipisahkan secara tegas, klasifikasi terhadap unit tuturan dalam penelitian ini didasarkan pada muatan retorik yang paling dominan atau menonjol, bukan pada asumsi bahwa setiap unit tuturan bersifat tunggal dan eksklusif, sebuah pendekatan yang konsisten dengan prinsip analisis isi kualitatif yang menekankan interpretasi kontekstual atas makna teks, bukan penghitungan mekanis atas kemunculan kata kunci semata (Eriyanto, 2012).

Selain triad ethos, pathos, dan logos, tradisi retorika klasik yang diteruskan oleh Cicero dan Quintilian mengenal lima kanon retorika (*the five canons of rhetoric*) yang menjadi tahapan penyusunan pidato yang baik, yaitu *inventio* (penemuan gagasan dan topik), *dispositio* (penyusunan atau pengorganisasian gagasan), *elocutio* (gaya bahasa dan diksi), *memoria* (penghafalan atau daya ingat), dan *pronuntiatio* atau *actio* (penyampaian, meliputi intonasi, gestur, dan interaksi dengan audiens). Dinni et al. (2024) menunjukkan bahwa kelima kanon ini tetap relevan digunakan untuk membedah pidato politik Indonesia kontemporer yang diunggah di platform digital seperti YouTube, termasuk pidato kemenangan Prabowo Subianto pada Pemilihan Presiden 2024. Rakhmat (2011) menekankan bahwa *dispositio* yang baik semestinya mengikuti alur pembuka, isi, dan penutup yang runtut agar pesan mudah dicerna audiens, namun dalam praktik pidato politik kontemporer, urutan tersebut kerap disesuaikan secara spontan mengikuti dinamika audiens yang hadir. *Elocutio*, sebagai kanon yang mengatur pemilihan diksi dan gaya bahasa, memainkan peran penting dalam menentukan jarak sosial antara pembicara dan pendengar, sedangkan *memoria* dan *pronuntiatio* berkaitan erat dengan aspek performatif pidato, termasuk repetisi verbal dan interaksi nonverbal dengan audiens yang hadir secara langsung. Relevansi lima kanon retorika klasik ini tidak terbatas pada pidato politik semata; Hasanah (2020) menunjukkan bahwa kerangka yang sama juga aplikatif untuk membedah retorika dakwah, yang mengindikasikan bahwa struktur *inventio* hingga *pronuntiatio* bersifat lintas genre selama tujuannya adalah persuasi terhadap khalayak.

Berkaitan dengan konteks penyampaian, populisme dalam kajian komunikasi politik dipahami bukan sebagai ideologi yang koheren, melainkan sebagai gaya komunikasi (*political communication style*) yang menonjolkan kedekatan dengan rakyat, sikap antikemapanan terhadap elite, dan penegasan homogenitas rakyat dengan mengecualikan kelompok tertentu (Jagers & Walgrave, 2007). Mudde (2004) mendefinisikan populisme

sebagai ideologi tipis yang membelah masyarakat menjadi dua kubu yang saling bertentangan, yaitu rakyat yang murni dan elite yang korup, dengan politik dipandang sebagai ekspresi kehendak umum rakyat, sementara Wodak (2015) menambahkan bahwa retorika populis kerap memanfaatkan rasa takut dan krisis untuk memosisikan sang pemimpin sebagai penyelamat, dan Norris & Inglehart (2019) mengaitkan kebangkitan populisme dengan reaksi budaya terhadap perubahan sosial yang cepat. Dalam konteks Indonesia, Ritonga & Adela (2019) menemukan bahwa Prabowo Subianto secara konsisten memainkan gaya diskursif populis dalam kampanye politiknya, dengan menonjolkan narasi rakyat kecil berhadapan dengan elite yang dianggap merampas hak rakyat. Perkembangan platform digital seperti YouTube turut mengubah lanskap komunikasi politik karena memungkinkan pidato disampaikan secara utuh tanpa penyuntingan redaksi media massa, sehingga elemen ethos, pathos, dan logos dapat diamati langsung dari performa asli sang komunikator politik (Ciacu & Tasente, 2014); platform ini juga memperbesar jangkauan pathos karena momen emosional dan interaksi spontan dengan audiens dapat disaksikan berulang oleh khalayak yang jauh lebih luas dibandingkan audiens yang hadir secara fisik. Media sosial turut mengubah cara audiens mengonsumsi retorika populis karena khalayak digital dapat memberikan respons instan berupa komentar, suka, dan bagikan ulang, yang pada gilirannya memperkuat sirkulasi kutipan-kutipan emosional dari sebuah pidato (Nasrullah, 2021), sehingga penonjolan pathos melalui narasi personal dan humor spontan berpotensi lebih mudah viral dibandingkan argumentasi logos yang cenderung teknokratis.

Dari sisi konteks sosio-politik, peringatan Hari Buruh Internasional atau May Day di Indonesia memiliki sejarah panjang yang penuh dinamika politik. Peringatan ini sempat dilarang secara resmi pada masa Orde Baru karena dianggap berasosiasi dengan gerakan kiri, dan baru mendapatkan pengakuan resmi sebagai hari libur nasional pada tahun 2013. Sejak saat itu, forum Hari Buruh senantiasa menjadi panggung politik penting bagi kepala negara untuk berdialog langsung dengan organisasi serikat pekerja, sekaligus menjadi momentum untuk mengumumkan kebijakan ketenagakerjaan yang baru. Karakter audiens dalam forum ini, yaitu massa buruh yang tergabung dalam berbagai konfederasi serikat pekerja, menuntut gaya retorik yang berbeda dari forum kenegaraan formal, sehingga relevan untuk memeriksa bagaimana Presiden menyesuaikan ethos, pathos, dan logos pada konteks audiens yang spesifik ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan bagaimana Presiden Prabowo Subianto mengonstruksi ethos, pathos, dan logos dalam pidato Hari Buruh Internasional 2026, serta bagaimana lima kanon retorika klasik, yaitu *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, dan *pronuntiatio*, termanifestasi dalam struktur dan gaya penyampaian pidato tersebut. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis pola persuasi retorik dalam pidato dimaksud dengan menggunakan kerangka retorika Aristotelian, sekaligus mengaitkannya dengan kecenderungan komunikasi politik populis yang berkembang di ruang digital Indonesia kontemporer. Artikel ini disusun dengan sistematika pendahuluan, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

Penelitian mengenai retorika Aristoteles dalam pidato tokoh politik Indonesia bukan hal baru. Wilhelmina (2024) meneliti retorika Soekarno dalam mempersuasi masyarakat dan menemukan bahwa ketiga unsur ethos, pathos, dan logos hadir secara berimbang dalam gaya pidato Soekarno yang menggelegar. Fikry (2020) mengkaji retorika persuasif dalam pidato Ismail Haniyah bagi umat Islam Indonesia dengan kerangka lima kanon retorika, sementara Fahrudin et al. (2022) menganalisis retorika pidato Presiden Joko Widodo di Ibu Kota Nusantara dan menemukan dominasi logos melalui pemaparan capaian pembangunan. Sejumlah penelitian terdahulu juga telah secara langsung membedah pidato Presiden Prabowo Subianto pada konteks yang berbeda, misalnya pidato kemenangan pemilihan presiden 2024 (Dinni et al., 2024) serta pidato kenegaraan pada Sidang Tahunan Majelis Permusyawaratan Rakyat 2025 (Utami et al., 2025), sementara Sutejo & Rusdi (2018) menyoroti bagaimana media daring membingkai pidato Prabowo bertajuk Tampang Boyolali, yang menunjukkan bahwa gaya bicara spontan Prabowo kerap menjadi bahan pemberitaan tersendiri. Kebaruan penelitian ini terletak pada objek kajian yang berbeda, yaitu pidato pada forum Hari Buruh yang bersifat semi formal dan sarat dengan interaksi spontan bersama massa, sehingga memungkinkan eksplorasi dimensi elocutio dan pronuntiatio yang lebih dinamis dibandingkan pidato kenegaraan yang cenderung terikat protokol baku. Di luar kajian retorika Aristoteles secara spesifik, kajian komunikasi politik digital di Indonesia juga banyak menyoroti penggunaan YouTube sebagai media klarifikasi dan pernyataan tokoh politik yang memungkinkan pesan tersampaikan tanpa penyaringan redaksional media massa, sebuah kajian yang relevan sebagai pelengkap kerangka retorika Aristotelian karena menegaskan bahwa medium penyampaian turut membentuk kemungkinan dan batasan performa retorik seorang komunikator politik, termasuk kemungkinan menampilkan sisi spontan dan personal yang pada era media massa konvensional cenderung tersunting habis sebelum sampai ke publik.

Fenomena bergesernya panggung komunikasi politik ke ranah digital sejalan dengan pengamatan Subiakto & Ida (2012) bahwa media senantiasa menjadi arena pertarungan simbolik antaraktor politik untuk merebut dukungan publik, sementara Nasrullah (2017) menegaskan bahwa media sosial mengubah pola komunikasi dari yang semula satu arah menjadi partisipatif dan interaktif. Mulyana (2017) turut mengingatkan bahwa proses komunikasi manusia, termasuk komunikasi politik, tidak pernah lepas dari konteks budaya dan situasi sosial tempat pesan tersebut disampaikan, sehingga analisis retorika pidato Presiden dalam forum Hari Buruh perlu memperhatikan konteks audiens buruh, tani, dan nelayan sebagai kelompok sosial dengan kebutuhan dan cara pandang yang khas terhadap kekuasaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami makna dan pola persuasi retorik secara mendalam, bukan mengukur hubungan antarvariabel secara statistik (Moleong, 2007). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) terhadap teks pidato, yaitu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang valid dan dapat direplikasi dari data ke dalam konteksnya (Krippendorff, 2018). Analisis isi dalam penelitian ini bersifat kualitatif, mengikuti prosedur analisis wacana yang menekankan pemaknaan teks

secara kontekstual (Eriyanto, 2011), dan diarahkan untuk mengidentifikasi unit-unit tuturan yang merepresentasikan ethos, pathos, logos, serta lima kanon retorika.

Subjek penelitian ini adalah video pidato Presiden Prabowo Subianto yang diunggah pada kanal YouTube resmi Prabowo Subianto dengan judul Pidato Presiden Prabowo pada Peringatan Hari Buruh Internasional, sebagaimana tangkapan layarnya ditampilkan pada Gambar 1 di bagian Pendahuluan. Video tersebut dipublikasikan sekitar dua bulan sebelum penelitian ini dilakukan, telah ditonton kurang lebih enam puluh empat ribu kali, dan berdurasi 46 menit 17 detik. Objek penelitian ini adalah teks pidato yang terkandung di dalam video tersebut, yang diperoleh melalui transkrip otomatis berformat SubRip Subtitle (.srt) berbahasa Indonesia. Transkrip mentah kemudian dibersihkan dari penanda waktu (*timestamp*) dan disusun ulang menjadi teks naratif yang utuh berisi 2.479 kata, termasuk penanda nonverbal seperti sorakan penonton yang tercatat dalam transkrip otomatis.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menonton, menyimak, dan mencatat (Wilhelmina, 2024), yang kemudian dilengkapi dengan proses transkripsi berbasis file SRT bawaan video. Setelah transkrip diperoleh, peneliti melakukan koding secara manual dengan cara membaca berulang setiap unit tuturan, lalu mengklasifikasikannya ke dalam salah satu dari tiga kategori retorik, yaitu ethos, pathos, atau logos, berdasarkan sifat dominan argumen yang dikandungnya. Unit tuturan yang menonjolkan kredibilitas, legitimasi, dan karakter moral pembicara dikodekan sebagai ethos. Unit tuturan yang membangkitkan emosi, narasi personal, atau ajakan afektif dikodekan sebagai pathos. Adapun unit tuturan yang memuat data, angka, regulasi, atau argumentasi rasional dikodekan sebagai logos.

Selanjutnya, peneliti memetakan struktur pidato ke dalam lima kanon retorika klasik untuk mengidentifikasi bagaimana topik dipilih (*inventio*), bagaimana alur pidato disusun (*dispositio*), bagaimana gaya bahasa dan diksi digunakan (*elocutio*), bagaimana repetisi dan penanda mnemonik digunakan agar pesan mudah diingat (*memoria*), serta bagaimana penyampaian dan interaksi dengan audiens berlangsung (*pronuntiatio*). Untuk memastikan kredibilitas temuan, peneliti melakukan triangulasi dengan membandingkan hasil koding terhadap kajian pustaka mengenai retorika politik dan populisme.

Untuk menjaga keterpercayaan (*trustworthiness*) hasil koding, peneliti melakukan pembacaan ulang transkrip secara berkala dalam rentang waktu berbeda guna memeriksa konsistensi internal klasifikasi kategori ethos, pathos, dan logos, sebuah prosedur yang sejalan dengan prinsip reliabilitas dalam analisis isi kualitatif (Krippendorff, 2018). Peneliti juga menerapkan strategi member checking sederhana dengan membandingkan interpretasi peneliti terhadap unit tuturan tertentu dengan konteks video aslinya, termasuk penanda nonverbal seperti sorakan dan tawa penonton yang tercatat dalam transkrip otomatis, untuk memastikan bahwa pemaknaan yang diberikan tidak keluar dari konteks penyampaian aslinya (Moleong, 2007).

Dari sisi etika penelitian, data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari video pidato yang telah dipublikasikan secara terbuka oleh kanal YouTube resmi Presiden Prabowo Subianto, sehingga tidak diperlukan persetujuan (*informed consent*) khusus dari subjek penelitian sebagaimana lazimnya penelitian yang melibatkan data pribadi tertutup. Meskipun demikian, peneliti tetap berupaya menyajikan kutipan transkrip secara singkat dan

proporsional, semata untuk keperluan ilustrasi akademik, tanpa mengubah makna asli tuturan yang disampaikan oleh Presiden dalam forum tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap 2.479 kata dalam transkrip pidato Presiden Prabowo Subianto pada Peringatan Hari Buruh Internasional 2026 menunjukkan bahwa pidato ini memiliki struktur hibrida, yaitu memadukan bagian pembuka protokoler yang formal, batang tubuh yang sebagian besar disampaikan secara spontan tanpa naskah, dan penutup performatif berupa nyanyian bersama lagu perjuangan buruh. Presiden bahkan secara eksplisit menyatakan keberadaan naskah pidato resmi namun memilih untuk tidak membacakannya secara utuh, sebagaimana tercermin dalam kutipan singkat, “Ada pidato yang bagus sudah disiapkan. Perlu saya bacakan?”, yang kemudian dijawab sendiri dengan menyampaikan poin-poin kebijakan secara langsung dan spontan kepada hadirin.

Hasil koding terhadap seluruh unit tuturan yang mengandung muatan retorik dominan disajikan pada Tabel 1. Distribusi tersebut menunjukkan bahwa pathos menjadi sarana persuasi yang paling banyak digunakan, disusul logos, dan ethos berada pada proporsi paling kecil. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Utami, Sitinjak, dan Irwan (2025) terhadap pidato kenegaraan Prabowo Subianto pada Sidang Tahunan MPR 2025 yang menemukan dominasi logos, sebuah perbedaan yang dapat dijelaskan oleh perbedaan konteks forum, yaitu forum kenegaraan yang formal berbanding forum Hari Buruh yang lebih emosional dan partisipatif.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Unit Tuturan Berdasarkan Kategori Ethos, Pathos, dan Logos

No	Kategori Retorika	Frekuensi (%)
1	Ethos (kredibilitas dan legitimasi)	24%
2	Pathos (emosi dan narasi personal)	39%
3	Logos (data, regulasi, argumentasi rasional)	37%

Sumber: Hasil koding peneliti terhadap transkrip pidato, 2026

Secara kualitatif, ethos dibangun sejak kalimat pembuka pidato melalui ucapan Bismillahirrahmanirrahim yang kemudian disusul dengan salam lintas agama, yaitu salam Islam, Kristiani, Hindu, Buddha, dan Konghucu secara berurutan, sebelum diteruskan dengan pembacaan panjang daftar pejabat negara yang hadir. Struktur pembuka semacam ini menegaskan legitimasi protokoler sekaligus citra kepemimpinan yang inklusif terhadap keberagaman. Pathos paling menonjol tampak pada narasi biografis mengenai latar belakang militer Presiden dan pengalamannya mencalonkan diri sebagai presiden sebanyak lima kali sebelum akhirnya terpilih, yang disampaikan dengan nada haru dan diksi personal seperti “sisa hidup saya adalah untuk rakyat saya”. Logos tampil melalui pemaparan sejumlah regulasi dan target pembangunan yang disebutkan secara spesifik dengan nomor peraturan dan angka capaian, seperti Keputusan Presiden Nomor 10 Tahun 2026 dan target pembangunan satu juta rumah subsidi.

Selain tiga kebijakan utama yang telah disebutkan, pidato ini juga memuat sejumlah data pendukung yang memperkuat muatan logos, antara lain rencana peresmian 1.386 kampung

nelayan pada tahun berjalan dengan target tambahan 1.500 kampung nelayan pada tiga tahun berikutnya, yang secara kumulatif diproyeksikan menjangkau sekitar enam juta nelayan atau lebih dari dua puluh juta jiwa apabila dihitung bersama anggota keluarga. Presiden juga menyebutkan alokasi perlindungan sosial senilai lima ratus triliun rupiah bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah serta program Makan Bergizi Gratis yang dikaitkan dengan argumentasi ekonomi mengenai perputaran uang di tingkat petani dan pedagang bahan pangan. Rangkaian data kuantitatif ini menampilkan pola argumentasi logos yang khas, yaitu angka besar yang disampaikan secara berurutan tanpa rincian metodologis, namun efektif menimbulkan kesan kerja nyata pemerintah.

Sisi register bahasa, transkrip menunjukkan pergeseran kode yang jelas antara tiga fase pidato, yaitu fase pembukaan protokoler yang menggunakan bahasa Indonesia formal dan bahasa Arab, fase isi yang didominasi bahasa Indonesia bercampur dialek Jakarta informal, dan fase penutup yang menggunakan bahasa Jawa dalam nyanyian bersama. Pergeseran register ini konsisten dengan pergeseran muatan retorik, karena fase pembukaan didominasi ethos, fase isi didominasi kombinasi pathos dan logos, sedangkan fase penutup kembali didominasi pathos dalam bentuk performa kolektif.

Perkembangan platform video daring seperti YouTube memungkinkan rekaman pidato politik tersimpan secara utuh dan dapat diakses ulang kapan pun, sehingga video tersebut dapat diperlakukan sebagai dokumen primer dalam penelitian komunikasi politik, setara dengan naskah pidato tertulis pada era sebelum internet. Tangkapan layar video, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1, berfungsi ganda dalam penelitian ini, yaitu sebagai bukti visual mengenai identitas dan keaslian sumber data, sekaligus sebagai representasi konteks performatif pidato yang mencakup latar podium, kehadiran pejabat pendamping, dan suasana forum yang tidak sepenuhnya tertangkap oleh transkrip tekstual semata. Dengan demikian, video pidato yang diunggah pada kanal YouTube resmi Prabowo Subianto dalam penelitian ini berkedudukan sebagai subjek sekaligus sumber data utama, sedangkan transkrip berformat SRT yang diturunkan darinya berkedudukan sebagai objek analisis tekstual, sebuah pemisahan kedudukan yang penting secara metodologis karena subjek penelitian merujuk pada entitas audiovisual yang menjadi rujukan otentikasi data, sementara objek penelitian merujuk pada unit tuturan yang benar-benar dianalisis unsur retoriknya.

Pembangunan ethos dalam pidato ini dimulai dengan strategi retorik klasik, yaitu *invocatio religius* melalui ucapan *Bismillahirrahmanirrahim* dan salam yang merangkul lima agama besar di Indonesia secara berurutan, sebuah pola pembukaan yang konsisten dengan pandangan bahwa ethos dibangun secara sengaja melalui pilihan kata dan sikap dalam berpidato (Garver, 1994). Sarana ini menempatkan Presiden sebagai figur yang menghormati pluralisme sekaligus religius, dua atribut yang secara kultural dianggap penting bagi kredibilitas moral seorang pemimpin di Indonesia. Ethos protokoler kemudian diperkuat melalui penyebutan panjang nama dan jabatan para pejabat negara yang hadir, mulai dari Ketua MPR, pimpinan DPR, para menteri, hingga pimpinan konfederasi serikat pekerja. Penyebutan ini, meskipun terkesan seremonial, berfungsi menegaskan bahwa forum tersebut memiliki bobot kenegaraan yang sah, bukan sekadar pertemuan informal, sejalan dengan temuan

Fahrudin dkk. (2022) bahwa penyebutan protokoler pejabat negara dalam pidato kepresidenan turut membangun legitimasi forum.

Ethos yang lebih substantif dibangun melalui klaim moral antikorupsi yang disampaikan secara berulang, misalnya dalam pernyataan “saya tidak rela ada anak-anak Indonesia yang lapar” dan “saya tidak rela pejabat-pejabat pemerintah yang diberi kepercayaan oleh rakyat justru bekerja sama dengan pengusaha-pengusaha brengsek”. Anafora “saya tidak rela” yang diulang tiga kali berturut-turut merupakan strategi retorik untuk membangun citra pemimpin yang berintegritas dan berpihak pada rakyat kecil, sekaligus memposisikan diri sebagai pihak yang berseberangan dengan elite yang korup, sebuah pola yang konsisten dengan temuan Ritonga dan Adela (2019) mengenai gaya diskursif populis Prabowo Subianto. Penggunaan klaim moral antikorupsi sebagai basis ethos ini sejalan dengan temuan Fuhat & Wahab (2024) dalam kajian retorika Aristotelian atas kasus korupsi Najib Razak, yang menunjukkan bahwa narasi integritas dan oposisi terhadap perilaku koruptif kerap menjadi fondasi utama pembentukan kredibilitas seorang tokoh politik di hadapan publik.

Ethos juga dipertegas melalui sindiran terhadap pejabat yang tidak berintegritas, sebagaimana tercermin dalam ungkapan “semakin pintar, banyak yang pintar maling” yang disambut sorakan hadirin. Ungkapan ini memposisikan Presiden sebagai sosok yang berbeda dari citra elite politik yang korup, sekaligus menegaskan kredibilitasnya melalui kontras moral. Instruksi langsung kepada para menteri yang disebutkan dalam pidato, yaitu agar setiap kebijakan diuji dengan pertanyaan apakah menguntungkan rakyat kecil, turut memperkuat ethos otoritas eksekutif sekaligus menegaskan orientasi kebijakan yang berpihak pada rakyat.

Ethos yang dibangun dalam pidato ini juga bertumpu pada legitimasi elektoral, yaitu klaim bahwa dukungan buruh, tani, dan nelayan selalu menyertai perjuangan politiknya sekalipun sempat mengalami empat kali kekalahan dalam kontestasi presiden sebelum akhirnya terpilih pada kesempatan kelima. Pengakuan atas kekalahan tersebut, alih-alih ditutupi, justru ditampilkan secara terbuka sebagai bukti ketekunan dan loyalitas kepada rakyat kecil, sebuah strategi ethos yang mengubah narasi kegagalan politik menjadi modal moral kepemimpinan.

Pathos merupakan sarana persuasi yang paling dominan secara kuantitatif dalam pidato ini, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1. Narasi personal mengenai perjalanan hidup Presiden menjadi episentrum pembangkitan emosi, dimulai dari kisah masuk militer pada usia muda, dilanjutkan dengan kekagetannya melihat rakyat masih hidup susah setelah pensiun, hingga pengalaman lima kali mencalonkan diri sebagai presiden. Kalimat “Sisa hidup saya adalah untuk rakyat saya” merupakan puncak retorik dari narasi pengorbanan diri (*self-sacrifice narrative*) yang lazim digunakan pemimpin populis untuk menegaskan kedekatan emosional dengan rakyat, sejalan dengan pengamatan Wodak (2015) bahwa pemimpin populis kerap memosisikan diri sebagai pelayan sekaligus penyelamat rakyat.

Pathos juga tampak dalam pola interaksi call and response dengan audiens, misalnya ketika Presiden bertanya “MBG bermanfaat atau tidak?” dan disambut sorakan hadirin, atau ketika candaan spontan seperti “Gue presidennya bukan dia” memicu tawa massa. Penanda nonverbal dalam transkrip seperti [bersorak] dan [berteriak] yang muncul berulang menegaskan bahwa emosi kolektif audiens menjadi bagian integral dari performa pidato itu

sendiri. Register bahasa yang digunakan pun berpindah-pindah secara cair dari bahasa Indonesia formal ke dialek Jakarta yang akrab, misalnya frasa “Enak aja lu yang keringat, dia yang dapat duit” ketika membahas potongan pendapatan pengemudi ojek daring, sebuah pilihan diksi yang mendekatkan jarak sosial antara Presiden dan buruh yang hadir. Frekuensi kemunculan penanda [bersorak] yang tinggi pada bagian-bagian bermuatan pathos ini, misalnya saat narasi personal mengenai pengorbanan dan anafora “saya tidak rela”, mengonfirmasi bahwa strategi emosional dalam pidato berhasil memantik respons afektif audiens secara langsung, sebuah bukti empiris atas efektivitas pathos yang tidak dapat diperoleh semata dari analisis teks tertulis.

Puncak pathos secara performatif terjadi pada bagian penutup pidato, ketika Presiden dan hadirin bersama-sama menyanyikan lagu perjuangan buruh berbahasa Indonesia yang kemudian dilanjutkan dengan nyanyian dangdut berbahasa Jawa. Peralihan dari pidato formal menuju ritual nyanyian bersama ini menunjukkan bahwa *elocutio* dan *pronuntiatio* dalam pidato ini tidak berhenti pada kata-kata, melainkan meluas ke ranah performa kolektif yang memperkuat ikatan emosional antara pemimpin dan massa buruh. Humor spontan juga menjadi perangkat pathos yang efektif dalam pidato ini, misalnya ketika Presiden menanggapi keributan hadirin dengan candaan ringan sebelum melanjutkan poin kebijakan berikutnya, atau ketika menawarkan pilihan retorik “Lebih baik dangdut aja ya” saat menyinggung kejenuhan mendengarkan pidato panjang. Penggunaan humor semacam ini berfungsi mencairkan suasana sekaligus mempertahankan perhatian audiens dalam pidato yang berdurasi hampir satu jam, sebuah strategi pathos yang jarang ditemukan dalam pidato kenegaraan yang lebih kaku dan protokoler.

Meskipun proporsinya sedikit lebih rendah dibandingkan pathos, *logos* hadir dalam bentuk yang sangat konkret melalui penyebutan nomor peraturan perundang-undangan dan target angka pembangunan secara spesifik, sebuah gaya argumentasi yang memperkuat kesan bahwa janji politik telah diwujudkan dalam instrumen hukum yang mengikat. Sebagai contoh, Presiden menyebutkan Keputusan Presiden Nomor 10 Tahun 2026 tentang pembentukan Satuan Tugas Mitigasi Pemutusan Hubungan Kerja dan Kesejahteraan Buruh, Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2026 tentang ratifikasi Konvensi International Labour Organization Nomor 188 mengenai perlindungan awak kapal perikanan, serta Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2026 tentang perlindungan pekerja transportasi daring. Sejumlah instrumen kebijakan tersebut dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen Kebijakan dan Target Program yang Diumumkan dalam Pidato

Kebijakan / Program	Muatan Logos (Data / Regulasi)
Keppres No. 10 Tahun 2026	Satuan Tugas Mitigasi PHK dan Kesejahteraan Buruh
Perpres No. 25 Tahun 2026	Ratifikasi Konvensi ILO No. 188 tentang awak kapal perikanan
Perpres No. 27 Tahun 2026	Perlindungan pekerja transportasi daring; bagi hasil pengemudi naik dari 80% menjadi minimal 92%
Program rumah subsidi	350.000 unit telah dibangun; target 1 juta unit per tahun

Penguasaan kembali lahan
negara

Hampir 5 juta hektar telah dikuasai kembali; target 8
juta hektar hingga akhir 2026

Sumber: Diolah dari transkrip pidato, 2026

Selain regulasi, logos juga dibangun melalui argumentasi ekonomi yang bersifat kalkulatif, misalnya ketika Presiden menjelaskan efek berganda pembangunan rumah subsidi dengan pernyataan “Bayangkan satu rumah membutuhkan lima orang bekerja” untuk memperkuat klaim bahwa program tersebut akan menciptakan jutaan lapangan kerja baru. Argumentasi serupa muncul ketika Presiden menjelaskan penurunan bunga kredit rakyat dari kisaran tujuh puluh persen per tahun yang dikenakan oleh rentenir menjadi maksimal lima persen per tahun melalui bank milik negara. Data dan angka semacam ini berfungsi sebagai entimem, yakni argumen yang tidak diuraikan secara lengkap namun dianggap cukup meyakinkan karena bertumpu pada premis yang telah disepakati bersama audiens, dalam hal ini keprihatinan bersama terhadap tingginya bunga pinjaman informal.

Dominasi gabungan pathos dan logos, dengan ethos berada di posisi terakhir, mengindikasikan bahwa Presiden Prabowo Subianto dalam forum Hari Buruh lebih mengutamakan kedekatan afektif dan bukti kebijakan konkret dibandingkan pembangunan citra kredibilitas personal semata. Pola ini berbeda dari temuan pada pidato kenegaraan yang lebih formal (Utami et al., 2025), sehingga menegaskan bahwa strategi retorik seorang kepala negara bersifat adaptif terhadap konteks audiens dan forum penyampaian. Argumentasi logos lain yang cukup mencolok adalah kontras angka bunga pinjaman, dari kisaran tujuh puluh persen per tahun yang dikenakan rentenir kepada rakyat kecil, menjadi maksimal lima persen per tahun melalui bank milik negara. Kontras angka yang tajam semacam ini merupakan teknik retorik yang disebut sebagai *augmentation*, yaitu memperbesar persepsi keberhasilan kebijakan dengan menampilkan jarak yang lebar antara kondisi sebelum dan sesudah kebijakan diterapkan. Teknik serupa juga digunakan saat menjelaskan kenaikan bagi hasil pendapatan pengemudi transportasi daring dari delapan puluh persen menjadi minimal sembilan puluh dua persen, sebuah angka spesifik yang memberi kesan presisi kebijakan meskipun mekanisme penghitungannya sendiri tidak dijelaskan secara rinci dalam pidato.

Dilihat dari kanon *inventio*, topik yang diangkat dalam pidato ini konsisten berputar pada kesejahteraan, keadilan, dan perlindungan bagi buruh, petani, dan nelayan, topik yang relevan dengan audiens forum Hari Buruh. Pada kanon *dispositio*, pidato ini memperlihatkan struktur yang cair dan tidak sepenuhnya linear. Presiden secara eksplisit menyatakan adanya naskah pidato yang telah disiapkan staf kepresidenan, namun memilih menyampaikan gagasan secara spontan berdasarkan aspirasi yang baru saja disampaikan pemimpin serikat pekerja di forum yang sama. Penyimpangan dari *dispositio* yang telah direncanakan ini menjadi penanda gaya kepemimpinan yang menonjolkan spontanitas sebagai bentuk keaslian (*authenticity*), sebuah nilai yang dalam kajian populisme kerap dikontraskan dengan kesan artifisial pidato elite politik konvensional (Jagers & Walgrave, 2007).

Pada kanon *elocutio*, pidato ini menampilkan register bahasa yang berlapis dan berpindah-pindah, mulai dari bahasa Arab dalam *invocatio religius*, bahasa Indonesia formal dalam penyebutan protokoler, dialek Jakarta yang informal dalam interaksi dengan buruh dan

pengemudi ojek daring, hingga bahasa Jawa dalam nyanyian penutup. Percampuran register ini berfungsi menyesuaikan jarak sosial retorik dengan berbagai segmen audiens yang hadir. Pada kanon memoria, repetisi menjadi perangkat mnemonik utama, misalnya pengulangan kata Merdeka sebanyak empat kali di pembuka pidato dan anafora “saya tidak rela” yang disebutkan berulang, sehingga pesan utama lebih mudah diingat audiens. Adapun pada kanon pronuntiatio, pidato ini ditandai dengan pola call and response yang intensif bersama audiens, penggunaan humor spontan, dan penutup performatif berupa nyanyian bersama, yang secara keseluruhan menempatkan penyampaian pidato sebagai peristiwa komunal, bukan monolog satu arah. Menariknya, ketegangan antara dispositio yang telah direncanakan staf kepresidenan dan dispositio yang benar-benar disampaikan secara spontan justru menjadi bagian dari retorika itu sendiri: ketika Presiden bertanya secara retorik kepada hadirin apakah naskah pidato perlu dibacakan, jawaban implisit yang diharapkan adalah penolakan, sehingga tindakan meninggalkan naskah formal justru menjadi bukti performatif dari klaim kedekatan dengan rakyat yang disampaikan sepanjang pidato. Pola ini menunjukkan bahwa dispositio yang tampak tidak terencana sesungguhnya tetap merupakan pilihan retorik yang disengaja untuk memperkuat ethos dan pathos secara bersamaan.

Temuan-temuan di atas menegaskan bahwa pidato Hari Buruh Internasional 2026 memenuhi ciri-ciri gaya komunikasi politik populis sebagaimana dirumuskan oleh Jagers dan Walgrave (2007), yaitu penonjolan kedekatan dengan rakyat, sikap tegas terhadap elite yang dianggap merugikan rakyat, dan penegasan homogenitas kepentingan buruh, tani, dan nelayan sebagai representasi rakyat kecil. Frasa berulang “Saudara-saudara sekalian” yang digunakan sebagai penanda kohesi wacana sepanjang pidato berfungsi membangun ikatan komunal antara pembicara dan audiens, sementara oposisi biner antara “rakyat kecil” dan “pengusaha-pengusaha serakah” atau “maling-maling” mencerminkan pembelahan antara rakyat dan elite yang menjadi inti dari definisi populisme Mudde (2004). Fakta bahwa pidato ini disebarluaskan secara utuh melalui kanal YouTube resmi, tanpa penyuntingan editorial media massa, memperkuat argumen Ciacu dan Tasente (2014) bahwa platform digital memungkinkan pemimpin politik menampilkan performa retorik secara langsung kepada khalayak luas, termasuk momen-momen spontan seperti humor, sorakan, dan nyanyian yang pada era media massa konvensional kemungkinan besar akan disunting atau bahkan dihilangkan dari liputan berita. Dengan demikian, YouTube tidak sekadar menjadi saluran distribusi, melainkan turut membentuk ekosistem retorik yang memungkinkan pathos dan elocutio informal tampil dominan sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa populisme yang ditampilkan dalam pidato ini bersifat inklusif dan tidak eksklusif terhadap kelompok sosial tertentu, berbeda dengan varian populisme sayap kanan di sejumlah negara Barat yang cenderung menyasar kelompok imigran atau minoritas sebagai target eksklusi (Norris & Inglehart, 2019). Target retorik dalam pidato ini lebih diarahkan pada elite ekonomi yang dianggap merugikan rakyat kecil, yaitu pengusaha yang serakah dan pejabat yang korup, sehingga pola populisme yang tampak lebih dekat dengan populisme ekonomi berbasis kelas dibandingkan populisme identitas berbasis etnisitas atau agama.

Perbandingan temuan penelitian ini dengan penelitian retorika Aristoteles sebelumnya menunjukkan variasi distribusi ethos, pathos, dan logos yang menarik untuk dicermati. Utami, Sitinjak, dan Irwan (2025) menemukan dominasi logos sebesar 38,9 persen pada pidato

kenegaraan Prabowo Subianto di Sidang Tahunan MPR 2025, sedangkan penelitian ini menemukan dominasi pathos sebesar 39 persen pada forum Hari Buruh. Perbedaan ini memperkuat argumen bahwa forum kenegaraan yang formal cenderung menonjolkan argumentasi rasional dan capaian kebijakan, sementara forum yang melibatkan interaksi langsung dengan kelompok masyarakat tertentu, seperti buruh, tani, dan nelayan, cenderung menonjolkan kedekatan emosional. Pola pergeseran retorik semacam ini juga tercermin dalam temuan Aminuddin (2022) yang membandingkan pidato kenegaraan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Presiden Joko Widodo, di mana keduanya secara konsisten memanfaatkan retorika deliberatif dalam forum kenegaraan formal, sehingga menegaskan bahwa jenis forum turut membentuk pilihan retorik seorang kepala negara. Sementara itu, Wilhelmina (2023) menemukan bahwa ketiga unsur retorik hadir secara relatif berimbang dalam pidato Soekarno, yang dikenal dengan gaya pidato menggelegar dan berapi-api, sedangkan Dinni, Hindun, Ulandari, dan El Islami (2024) menemukan bahwa pidato kemenangan Prabowo Subianto pada Pilpres 2024 lebih menonjolkan kanon *inventio* dan *elocutio* berupa pujian kepada pendukung. Variasi temuan ini menegaskan bahwa strategi retorik seorang tokoh politik tidak bersifat statis, melainkan berubah mengikuti tujuan komunikasi, karakter forum, dan segmen audiens yang dihadapi pada setiap kesempatan berpidato.

Secara teoretis, temuan penelitian ini memperkaya pemahaman bahwa kerangka retorika Aristoteles tetap aplikatif untuk membedah komunikasi politik pada platform digital, sekaligus menunjukkan perlunya kepekaan terhadap konteks forum dan audiens saat menerapkan kerangka tersebut, mengingat proporsi *ethos*, *pathos*, dan *logos* dapat bergeser signifikan antara satu forum dengan forum lainnya bagi tokoh politik yang sama. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi rujukan bagi tim komunikasi kepresidenan maupun lembaga pemerintah lain dalam merancang pidato pada forum-forum yang melibatkan kelompok masyarakat tertentu, dengan mempertimbangkan keseimbangan antara kedekatan emosional dan kejelasan substansi kebijakan agar pesan yang disampaikan tidak hanya menyentuh secara afektif tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan secara faktual di kemudian hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis retorika Aristotelian terhadap pidato Presiden Prabowo Subianto pada Peringatan Hari Buruh Internasional 2026 di YouTube, dapat disimpulkan bahwa pidato tersebut menampilkan pola persuasi yang didominasi oleh pathos sebesar 39 persen dan logos sebesar 37 persen, sementara *ethos* berada pada proporsi terendah yaitu 24 persen. *Ethos* dibangun melalui *invocatio* religius, salam lintas agama, dan penyebutan protokol kenegaraan, serta melalui klaim moral antikorupsi yang diulang secara anaforis. Pathos menjadi sarana persuasi paling menonjol melalui narasi personal mengenai latar belakang militer dan perjuangan lima kali mencalonkan diri sebagai presiden, interaksi *call and response* dengan audiens, serta penutup performatif berupa nyanyian bersama. Logos hadir melalui penyebutan spesifik nomor peraturan perundang-undangan dan target angka pembangunan yang konkret. Dari perspektif lima kanon retorika klasik, pidato ini memperlihatkan *dispositio* yang cair karena Presiden menyimpang dari naskah resmi yang telah disiapkan, *elocutio* yang berlapis dengan percampuran register bahasa formal dan informal, serta *pronuntiatio* yang interaktif dan komunal. Secara keseluruhan, temuan ini

menegaskan bahwa pidato tersebut merupakan wacana politik populis yang memanfaatkan platform YouTube untuk menampilkan kedekatan emosional dengan rakyat sekaligus legitimasi kebijakan secara bersamaan. Penanda paralinguistik seperti sorakan dan tawa audiens yang tercatat dalam transkrip turut mengonfirmasi bahwa strategi pathos dalam pidato ini berhasil memantik respons afektif secara langsung, sementara penyebutan angka dan regulasi yang spesifik memperkuat kesan bahwa janji politik telah diwujudkan dalam kebijakan yang konkret dan terukur.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan retorika Presiden Prabowo Subianto pada forum yang berbeda karakter audiensnya, misalnya forum internasional, forum bisnis, dan forum kenegaraan, guna menguji konsistensi adaptasi retorik terhadap konteks audiens. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas unit analisis dengan memasukkan aspek nonverbal secara lebih rinci seperti intonasi suara, gestur tubuh, dan reaksi audiens melalui analisis audiovisual langsung terhadap rekaman video, bukan hanya melalui transkrip tekstual. Bagi praktisi komunikasi politik, temuan mengenai efektivitas *dispositio* yang cair dan *elocutio* yang berlapis dapat menjadi bahan evaluasi dalam merancang strategi komunikasi publik yang tetap otentik namun terukur secara substansi kebijakan. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan karena hanya menganalisis satu pidato pada satu forum tertentu menggunakan transkrip otomatis yang berpotensi mengandung kesalahan alih tulis pada sejumlah kecil bagian, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati dan idealnya dikonfirmasi melalui analisis komparatif lintas pidato dengan jumlah sampel yang lebih banyak.

REFERENSI

- Aminuddin, S. A. (2022). Comparative Analysis of the State Speeches of President Susilo Bambang Yudhoyono and Joko Widodo using the Aristotelian Perspective. *Journal of Governance and Public Policy*, 9(1), 71–81. <https://doi.org/10.18196/jgpp.v9i1.14017>
- Ciacu, N., & Tasente, T. (2014). YouTube and Political Communication: Case Study, Romanian's Parliamentary Parties. *Acta Universitatis Danubius. Communicatio*, 8(2).
- Dinni, D., Hindun, H., Ulandari, G. R., & El Islami, F. I. Z. (2024). Hukum Retorika Aristoteles dalam Pidato Kemenangan Prabowo pada Pilpres 2024 di YouTube KompasTV Dewata. *Linguistik: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 9(2), 242–251. <https://doi.org/10.31604/linguistik.v9i2.242-251>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Fahrudin, A., Bajuri, D., & Billah, S. A. (2022). Analisis Retorika Pidato Presiden Jokowi di Ibu Kota Nusantara (IKN) pada Kanal YouTube Official iNews. *JIKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*, 5(2), 200–215.
- Fikry, A. (2020). Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora*, 5(3), 137–145.

- Fuhat, S., & Wahab, J. A. (2024). Rhetoric on Trial: An Aristotelian Insight into Najib Razak's Corruption Case. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 24(3), 73–92.
- Garver, E. (1994). *Aristotle's Rhetoric: An Art of Character*. University of Chicago Press.
- Hasanah, U. (2020). Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 256–275. <https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.256-275>
- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (4th ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge University Press.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (6th ed.). Routledge.
- Rakhmat, J. (2011). *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rapp, C. (2010). Aristotle's Rhetoric. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/>
- Ritonga, A. D., & Adela, F. P. (2019). Mencermati Populisme Prabowo sebagai Bentuk Gaya Diskursif saat Kampanye Politik pada Pemilihan Presiden 2019. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 12(1), 1–13.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Sutejo, I. L., & Rusdi, F. (2018). Analisis Framing Media Online tentang Pemberitaan Pidato Prabowo "Tampang Boyolali." *Koneksi*, 2(2), 605–611.
- Utami, P., Sitinjak, D. R., & Irwan. (2025). Analisis Retorika dan Strategi Komunikasi dalam Pidato Kenegaraan Presiden Prabowo pada Sidang Tahunan Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) 2025. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12). <https://doi.org/10.62281/rmsse591>
- Wilhelmina. (2024). Analisis Teori Retorika Aristoteles pada Pidato Soekarno dalam Mempersuasi Masyarakat. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 7(1). <https://doi.org/10.32534/jike.v7i1.3040>
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Sage.