

SKRIPSI
DIKSI DALAM PIDATO EMMANUEL MACRON

Disusun dan diajukan oleh:

YHOLA JENIVER

F311 16 307



DEPARTEMEN SASTRA PRANCIS

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

DIKSI DALAM PIDATO EMMANUEL MACRON

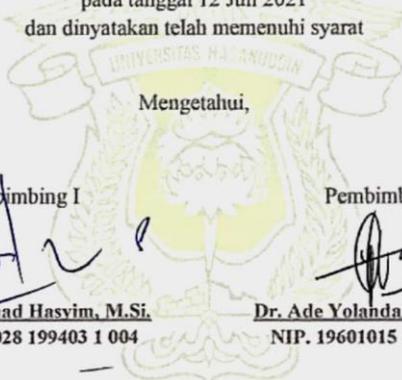
Disusun dan diajukan oleh:

YHOLA JENIVER

F311 16 307

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana, Program Studi Sastra Prancis, Fakultas Ilmu Budaya

Univeritas Hasanuddin
pada tanggal 12 Juli 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat



Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. Muhammad Hasyim, M.Si.
NIP. 19671028 199403 1 004

Pembimbing II

Dr. Ade Yolanda Latiuba, M.A.
NIP. 19601015 198703 2 001

Ketua Departemen
Sastra Prancis,
Dr. Ade Yolanda Latiuba, M.A.
NIP. 19601015 198703 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yhola Jeniver

NIM : F31116307

Program Studi : Sastra Prancis

Jenjang Studi : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya yang berjudul:

Diksi dalam Pidato Emmanuel Macron

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 12 Juli 2021

Yang menyatakan


Yhola Jeniver



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Sang Penyair yang telah memberi kesempatan serta hikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Proses belajar yang panjang dan menyenangkan telah penulis lalui selama perampungan penelitian ini. Perjalanan yang panjang namun tidak pernah mengecewakan karena dipertemukan dengan segala kemungkinan pemikiran di setiap halamannya.

Skripsi ini pada dasarnya membahas bagaimana diksi atau pilihan kata dalam pidato kemenangan Emmanuel Macron dapat mengarahkan khalayak pada pikiran dan perasaan tertentu, bahkan dapat mempengaruhi perilaku pendengar. Sebagai lulusan Filsafat, pernyataan verbal yang dikeluarkan Macron dalam pidatonya tidak terlepas dari retorika sebagai salah satu keahliannya. Singkatnya, setiap ujaran dalam pidato pada hakikatnya adalah tindakan penciptaan makna. Hal tersebut kemudian menarik minat penulis untuk mengamati bagaimana diksi menjadi bagian dari retorika yang mampu menekankan sikap politik dan pendapat, mengumpulkan dukungan, mengkonstruksi kesadaran politik publik atau legitimasi kekuatan politik.

Penuh syukur. Begitulah kira-kira perasaan yang penulis ingin gambarkan bahwasanya, mendalami kata per kata adalah sungguh sebuah perjalanan yang tak ada habisnya. Perjalanan yang mempertemukan penulis dengan orang-orang hebat di setiap jedanya. Oleh sebab itu, dengan penuh kasih dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Muhammad Hasyim, M.Si. dan Dr. Ade Yolanda Latjuba, M.A, dosen pembimbing yang tidak hanya mengarahkan penulis pada ketepatan penelitian tetapi juga menjadi kawan berdiskusi tentang banyak hal, dan tempat penulis mengadu berbagai keresahan selama penelitian. Dr. Mardi Adi Armin, M.Hum dan Drs. Hasbullah, M.Hum selaku dosen penguji yang gemar mempertanyakan seluruh isi dalam tulisan ini. Terima kasih telah berkeras hati untuk tetap menggunakan bahasa Prancis selama proses ujian yang tentu membuat penulis sadar betapa pentingnya menghadiri kelas mata kuliah 'Kosa Kata Prancis'. Tak lupa kepada seluruh dosen Sastra Prancis yang telah menjadikan bangku kuliah tidak hanya sekadar tempat belajar tetapi ruang yang luas dan dalam sehingga ilmu pengetahuan tak akan pernah habis untuk diselami. *JE VOUS REMERCIE*.

Ungkapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada seluruh kawan-kawan di kampus merah. *Lit Français '16, La Défense '16, Amanagappa 2016, HIMPRA KMFIB-UH, BEM KMFIB-UH*, dan kawan-kawan lintas fakultas yang selalu membara pada waktu malam hari, menyulut setiap dialog menjadi narasi yang menyuarakan kebenaran, *semoga*. Terima kasih karena telah menjadikan kampus sebagai ruang di mana pertanyaan bisa dilontarkan dan dijawab dengan bebas karena keragaman opini adalah inti.

Terima kasih kepada para sahabat yang sungguh penulis kasihi, *genk Seven Friday* yakni Novianti Batti yang berbakat menjadi bu camat, Amatory Pramesti Tandungian yang *bureng*, Olivia Tangdilintin si juragan *furniture*, Yenny Yunus Saleh yang sedang meniti karir di dunia *pabji*, Fidia Rara Lande yang pokoknya '*no judgement*', dan Lavista Angreini Lagamu yang selalu handal mengurus ini-itu. Terima kasih banyak karena nama-nama kalian telah menjadi materai yang selalu penulis gunakan jika ingin mendapat persetujuan dari kedua orangtua. Pada kesempatan ini pula, penulis ingin mengucapkan terima kasih karena telah mengerti dan diam-diam memperhatikan bahkan mendoakan segala gumul juang kehidupan penulis, menjadikan segala beban berat berakhir menjadi gelak tawa. Pokoknya kita bertujuh itu keren!!!

Terakhir, kepada orang-orang yang mengasihiku. Pong Inggil' dan Indo' Inggil', orangtua yang selalu mengingatkanku bahwa segala yang ku peroleh, haruslah ku peroleh dengan pengertian. Sebab berseru kepada pengertian dan mengejar kepandaian adalah pertemuan dengan kasih Tuhan, Sang Penyair yang dari sabdanya bersandar segala hikmat dan kebajikan. Kakakku Ingrid Claudine dan adikku Bryony Braceline, terima kasih untuk segala perdebatan yang menjadikan keluarga adalah rumah yang indah. Tentu tidak ada yang melampaui kehebatan kalian dalam hal memuji dan mengkritik. Kepada Imo, pasangan yang sepadan, kawan dialog yang menyenangkan. Penulisan ini dapat rampung karena ajakan "ayok keluar" yang tentu saja berakhir di *Base Coffee*. Terima kasih untuk setiap ketulusan hati dalam memberi dan menerima segala hal; keindahan pun kekacauan. Tetap bertahan, sehat dan bahagia sebab ada ladang yang bermaksud menjadi tempat orang-orang memanen bacaan, memanen kebahagiaan. Semoga Sang Penyair selalu menyertai kita. Amin.

Pada akhirnya, skripsi yang baik bukanlah sekadar skripsi yang selesai, tetapi penelitian yang dicintai. Penulis pun sadar bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Kurre Sumanga'...

Terima Kasih...

Merci Beaucoup...

Makassar, 12 Juli 2021



Penulis

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Diksi dalam Pidato Emmanuel Macron” bertujuan untuk menguji penggunaan serta makna diksi sebagai strategi retorika dalam pidato kemenangan Emmanuel Macron. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori diksi, semantik dan retorika. Data dalam penelitian ini adalah teks pidato kemenangan Emmanuel Macron yang disampaikan di Place du Carrousel, Louvre pada tanggal 7 Mei 2017 yang diunduh dari laman *website*:<https://en-marche.fr/articles/discours/emmanuel-macron-president-louvre-carrousel-discours>.

Hasil dari penelitian ini ditemukan penggunaan diksi yang memiliki daya retorik dari aspek Logos, Ethos dan Pathos dalam pidato Emmanuel Macron melalui pemaknaan. Diksi yang ditemukan merupakan bentuk persuasi yang mendukung penggunaan strategi retorika dalam pidato kemenangan. Jenis retorikanya lebih banyak retorika deliberatif yang merujuk pada sejumlah program kerja Emmanuel Macron.

Kata kunci: diksi, Emmanuel Macron, pidato kemenangan, retorika.

RÉSUMÉ DE MEMOIRE

Cette thèse intitulée “Les Dictions dans Le Discours d’Emmanuel Macron” vise à examiner l’usage et le sens de la diction comme stratégie rhétorique dans le discours de victoire d’Emmanuel Macron. Cette recherche utilise une méthode qualitative descriptive utilisant la théorie de la diction, le sémantique et le rhétorique. Les données de cette recherche sont le texte du discours de victoire d’Emmanuel Macron prononcé à Place du Carrousel au Louvre le 7 Mai 2017 qui a été téléchargé sur le site: <https://en-marche.fr/articles/discours/emmanuel-macron-president-louvre-carrousel-discours>.

Les résultats de cette recherche ont trouvé l’utilisation de la diction qui a un pouvoir rhétorique des aspects de *Logos*, *Ethos* et *Pathos* dans le discours d’Emmanuel Macron à travers le sens. La diction trouvée est une forme de persuasion qui soutient l’utilisation de stratégies rhétorique dans le discours de victoire d’Emmanuel Macron. Le type de rhétorique est plutôt une rhétorique délibérative qui renvoie à nombre de programmes de travail d’Emmanuel Macron.

Mots-clés: diction, Emmanuel Macron, discours de victoire, rhétorique.

ABSTRACT

This thesis entitled “Dictions in Emmanuel Macron’s Speech” aims to examine the use and meaning of diction as a rhetorical strategy in Emmanuel Macron’s victory speech. This research uses a qualitative descriptive method using diction theory, semantics and rhetoric. The data from this research is the text of Emmanuel Macron's victory speech at Place du Carrousel in the Louvre on May 7, 2017 which was downloaded from the site: <https://en-marche.fr/articles/discours/emmanuel-macron-president-louvre-carrousel-speech>.

The study aims to find the use of diction which has rhetorical power such as Logos, Ethos and Pathos in Emmanuel Macron's speech through meaning. The diction as an object of this study is a form of persuasion that supports the use of rhetorical strategies in victory speeches. The type of rhetoric that most used by Macron in his victory speech is a deliberative rhetoric which refers to his programs as a selected president.

Keywords: diction, Emmanuel Macron, victory speech, rhetoric

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	2
PERNYATAAN KEASLIAN	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
RÉSUMÉ DE MEMOIRE	7
ABSTRACT	8
DAFTAR ISI	9
BAB I PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang	11
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Landasan Teori	19
1. Pidato	19
2. Diksi atau Pilihan Kata	20
3. Sintaksis	21
4. Semantik	23
5. Retorika	28
6. Penelitian Relevan	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Sumber Data Penelitian	36
C. Subjek Penelitian	37
D. Objek Penelitian	37
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	37
F. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL ANALISIS	40
A. Diksi-diksi yang digunakan Emmanuel Macron dalam pidato kemenangannya	40
B. Strategi retorika Emmanuel Macron dalam pidato kemenangannya	66
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74

B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80
A. Biografi Singkat Emmanuel Macron.....	80
B. Transkrip pidato kemenangan Emmanuel Macron yang berjudul “Ensemble, le France”.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya, bahasa dibagi menjadi dua bentuk yaitu bahasa lisan dan bahasa tulisan. Meskipun penggunaan kedua bentuk bahasa ini berbeda, namun dalam komunikasi tujuan keduanya sama yaitu agar pesan dari penutur dapat tersampaikan kepada mitra tutur dengan baik dan jelas. Pearce (1993) menjelaskan bahwa “komunikasi dipandang sebagai suatu instrumen yang dipakai manusia untuk mencapai maksud-maksud tertentu, seperti memberi instruksi, membujuk, atau memperoleh kekuasaan.” Hal ini menjelaskan bahwa untuk mengerti bahasa dalam suatu komunikasi baik itu secara lisan maupun tulisan, pembaca maupun pendengar perlu mendapatkan informasi tentang siapa pembicara dan pendengar, waktu atau tempat berbicara, bahkan situasi kondisi dalam komunikasi. Komunikasi digunakan dalam percakapan sehari-hari, tetapi juga digunakan dalam berbagai karya, misalnya film, novel, majalah, surat kabar atau pidato.

Pidato sendiri merupakan pengungkapan pikiran dalam bentuk rangkaian kata yang ditujukan kepada orang banyak. Pidato dapat didefinisikan sebagai kegiatan berbicara satu arah di depan umum untuk menyampaikan pikiran atau gagasan atau gambaran kepada audiens yang disampaikan dalam situasi formal ataupun non-formal. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pidato menggunakan rangkaian kata yang tersusun sistematis dengan bahasa lisan sebagai media utama yang bertujuan memberi pemahaman atau informasi dengan rasa percaya diri untuk mempengaruhi audiens agar mengikuti ajakan pembicara secara sukarela.

Dalam sebuah pidato, orator tidak akan serta-merta menyampaikan maksudnya secara langsung, tetapi orator akan memilih diksi yang tepat untuk menyatakan maksud pidatonya. Pemilihan dan pemanfaatan diksi dapat menjadi kekuatan pembicara untuk mengefektifkan pesan yang ingin disampaikan, selain itu dapat menjadi tanda akan identitas pembicara atau dapat merujuk pada suatu peristiwa atau fenomena tertentu.

Sebagai media dalam menyampaikan gagasan untuk mempengaruhi orang lain, pemilihan kata atau diksi sangatlah penting. Keraf (2006) memberikan tiga kesimpulan utama mengenai diksi, yakni sebagai berikut: (a) Pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata mana yang dipakai untuk menyampaikan gagasan, bagaimana membentuk pengelompokan kata-kata yang tepat; (b) Pilihan kata atau diksi adalah kemampuan membedakan secara tepat nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan dan kemampuan menemukan bentuk yang sesuai atau cocok dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok masyarakat audiens; (c) Pilihan kata yang tepat dan sesuai hanya dimungkinkan penguasaan sejumlah besar kosa-kata atau perbendaharaan kata.

Pidato biasanya disampaikan oleh seorang yang menjabat sebagai ketua atau kepala atau pemimpin dalam merepresentasikan organisasi maupun kepemimpinan, dimana pidato hadir sebagai bentuk komunikasi publik yang disusun menggunakan tanda-tanda dari bahasa verbal. Pemimpin sendiri merupakan seorang individu yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan/kelebihan di satu bidang sehingga mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi pencapaian satu atau beberapa tujuan.

Kepemimpinan tidak bisa terlepas dari individu yang berperan sebagai pemimpin itu sendiri. Setiap pemimpin, penguasa atau elit politik senantiasa memanfaatkan kekuatan bahasa untuk memperkuat konsolidasi guna mempertahankan kelangsungan kekuasaannya. Hal ini sejalan sebagaimana yang dijelaskan oleh Aristoteles (1954. Handayani, Penerj. 2018) dalam risalah Retorikanya tentang Pidato seremonial atau epideiktik yang bertujuan untuk memberikan sanjungan atau menyalahkan pihak lain guna mendapat perhatian dari khalayak. Lebih lanjut dalam buku Retorika Aristoteles dijelaskan bahwa dalam menyampaikan pidato politik, hal yang juga penting adalah karakter orator. Seorang orator harus mengetahui cara menyampaikan ide, argumen serta perasaan yang baik terhadap audiens. Hal ini menyebabkan seorang pemimpin selaku orator harus pandai dalam memilih kata yang digunakan pada saat menyampaikan pidato politiknya. Komunikasi yang diterapkan dalam pidato politik tidak terlepas dari penggunaan bahasa, istilah, tanda verbal, yang berfokus pada topik dan aspek tertentu (Fairclough, 1995).

Pemakaian istilah, kata, kalimat tertentu pada akhirnya dapat mengarahkan khalayak pada pikiran dan perasaan orator, bahkan dapat mempengaruhi perilaku audiens. Kumpulan kata tertentu, misalnya, dipilih pejabat pemerintah untuk menekankan sikap politik dan pendapat, mengumpulkan dukungan, memanipulasi opini publik, mengkonstruksi kesadaran politik publik atau legitimasi kekuatan politik. Untuk itu, seorang pembicara akan menyeleksi topik pembicaraan, memilih latar wacana tertentu, memakai retorika tertentu, menyusun dan mengatur ucapan, memakai interaksi tertentu, dsb. Pada aspek ini, Aristoteles dalam teori Retorika memaparkan mengenai pendekatan yang sekaligus menjadi dasar pemikirannya

saat membangun teori tersebut. Menurutnya, seorang orator mempersuasi audiens atau pendengar dengan memerhatikan tiga pendekatan yakni Logos, Pathos dan Ethos. (Aristoteles, 1954. Handayani, Penerj. 2018).

Bahasa yang digunakan seorang orator juga membatasi persepsi dan mengonstruksi cara berpikir dan berkeyakinan khalayak. (Haryatmoko, 2010). Pilihan kata (diksi) oleh pembicara adalah bagian dari strategi pembicara yang berkaitan erat dengan politik. Pemakaian kata, kalimat, gaya tertentu, tidak semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, tetapi harus pula dipahami sebagai politik berkomunikasi, sebagai cara untuk mempengaruhi opini publik, menciptakan dukungan, memperoleh legitimasi, dan juga menyingkirkan kelompok lawan (Langenberg, 1996). Adapun seorang presiden menggunakan pidato sebagai media dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, dengan tujuan agar program kerja dalam kepengurusan seorang presiden dapat berjalan dan tersampaikan dengan baik.

Sebagai contoh, Soekarno selaku presiden pertama Negara Kesatuan Republik Indonesia membangun retorika dalam komunikasi Internasional dengan tema Anti Imprealisme dan Kapitalisme (Roring, 2018). Soekarno tidak hanya menyampaikan pesan kepada dunia internasional, tentang konsistensi pemikiran dan tindakan melawan imprealisme dan kapitalisme, tetapi juga didukung aksi panggung di dunia internasional yang mampu membangun kesadaran, solidaritas dan kekuatan negara-negara terjajah untuk bangkit melawan, bahkan mampu menyatukan solidaritas dua benua yakni Asia dan Afrika. Soekarno mampu membujuk dengan kekuatan kata-kata. Penyampaian yang rasional dan didukung

data dan fakta membuat audiens mendukung pernyataan Soekarno. Inilah yang dimiliki Soekarno dalam retorikanya yang menggugah dunia Internasional.

Tidak hanya di Indonesia, fenomena bahasa pada pidato politik seorang presiden juga menjadi topik penelitian dari berbagai peneliti bahasa tak terkecuali pidato politik presiden Prancis. Hal ini dikarenakan seorang presiden baik itu ketika kampanye maupun ketika telah terpilih menjadi seorang presiden memiliki cara berbahasa serta strategi retorika yang berbeda satu sama lain. Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan oleh salah satu situs resmi bernama ELABE (Études Conseil Planning Stratégique) di Prancis, mengenai analisis isi serta struktur pidato politik yang disampaikan oleh beberapa kandidat presiden pada pemilihan presiden Prancis 2017 lalu. Beberapa pidato politik kandidat presiden yang dijadikan objek penelitian yaitu pidato politik François Fillon, Marine Le Pen, Emmanuel Macron, serta Jean-Luc Mélenchon. (Thibault, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Thibault (2017) berfokus pada penggunaan leksikal oleh masing-masing kandidat. Dengan menggunakan 24 pidato Emmanuel Macron saat berkampanye, Thibault menemukan bahwa Macron lebih memobilisasi salah satu bidang leksikal utama dalam pidatonya yakni Un projet décliné en «plans» yakni kebijakan yang akan dibuat dimana berfokus pada ekonomi, investasi, pekerjaan, kesehatan, pelatihan kejuruan, komunitas, investasi, digital, dll.

Penggunaan diksi dalam pidato sebagaimana yang diteliti pada penelitian di atas merupakan salah satu aspek penting dalam menganalisis strategi retorika seorang orator. Sebagaimana yang dijelaskan Aristoteles (1954. Handayani, Penerj. 2018) dalam risalah Retorika bahwa bujukan secara teknis dapat berhasil dengan

merekayasa tiga hal : (1) karakter pembicara, (2) emosi audiens, (3) perkataan yang disampaikan. Masing-masing dari ketiga hal tersebut dikenal dengan istilah ethos, pathos, dan logos.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti pun menganggap penting untuk meneliti pemilihan kata atau diksi dalam pidato Emmanuel Macron selaku Presiden Republik Prancis terpilih. Sejak dilantik menjadi presiden pada tahun 2017, Macron menjadikan pidato sebagai salah satu alat komunikasi politik. Oleh sebab itu, penelitian ini melibatkan analisis tentang bagaimana diksi berperan sebagai strategi retorika. Dokumentasi pidato kemenangan Emmanuel Macron akan dianalisis untuk melihat bagaimana penggunaan diksi tersebut menjadi strategi retorika dalam mempersuasi audiens atau pendengar. Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis diksi yang merupakan bukti retorik yakni Logos, Pathos dan Ethos pada pidato kemenangan Emmanuel Macron.

Peneliti perlu menyelidiki makna atau nilai yang mendasari suatu statemen orator dalam hal ini Emmanuel Macron. Sebab, setiap ujaran dalam pidato digelar, diatur, dihidupkan oleh orator dengan maksud serta tujuan tertentu dan karenanya setiap pernyataan verbal seorang orator, khususnya seorang presiden, pada hakikatnya adalah tindakan penciptaan makna. Diksi dipahami sebagai pilihan oleh seseorang untuk diungkapkan dalam membawa makna tertentu sekaligus sebagai praktek komunikasi. Adapun setiap praktek berkomunikasi dapat dipahami sebagai praktek manajemen kesan untuk membangun kesan positif dan menutupi realitas negatif atau kesan apapun yang diinginkan orator. Sebab, selain dimaksudkan agar idenya dipahami oleh audiens, juga dimaksudkan agar bisa menciptakan opini, menciptakan dukungan, memperoleh legitimasi, dan bahkan melibas lawan.

Prinsipnya, diksi yang baik akan memenangkan aksi panggung orator saat berpidato. Penyampaian pidato dianggap oleh peneliti sebagai perkara retorika yang selalu berkaitan dengan kesan, sehingga penelitian dengan menempatkan diksi sebagai subjek bahasan merupakan suatu hal yang dibutuhkan untuk memajukan studi bahasa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang diajukan yakni:

1. Bagaimana diksi yang digunakan Emmanuel Macron dalam pidato kemenangan *Ensemble, La France!* ?
2. Bagaimana strategi retorika Emmanuel Macron dalam pidato kemenangan *Ensemble, La France!* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi, mengklasifikasi dan menganalisa diksi apa saja yang digunakan Emmanuel Macron pada pidato kemenangan *Ensemble, La France!*
2. Menjelaskan strategi retorika Emmanuel Macron dalam pidato kemenangan *Ensemble, La France!*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis untuk memperkaya area analisis diksi

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap bidang linguistik terutama pada analisis diksi yang selanjutnya dapat disalurkan dalam

proses belajar. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan dan referensi untuk penelitian lain yang relevan baik itu analisis diksi maupun retorika.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada peneliti lain yang ingin membahas studi serupa dan disamping itu dapat memperkaya pengetahuan tentang linguistik dan pemanfaatan diksi secara khusus. Diharapkan penelitian ini dapat mendorong minat untuk melakukan penelitian diksi dengan menggunakan objek penelitian lainnya yang berbeda, sehingga, dapat memperkaya penelitian yang sudah ada.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pidato

Pidato merupakan pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan pada orang banyak. Hal serupa didukung oleh pengertian pidato menurut Achard (1993) yang mengatakan bahwa:

Le discours est l'usage du langage en situation pratique, envisagé comme acte effectif, et en relation avec l'ensemble des actes (langagiers ou non) dont il fait partie 23 ". Le mot "discours 24 " peut désigner des énoncés solennels ("le président a fait un discours"), ou référer à des paroles sans effet ("tout ça, c'est des discours"), ou encore désigner n'importe quel usage restreint de la langue : "le discours politique", "le discours polémique", "le discours des jeunes", etc.

https://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2004.abul-hajja_s&part=85783 (univ-lyon2.fr)

Pidato adalah penggunaan bahasa dalam situasi praktis, dianggap sebagai tindakan yang efektif, dan dalam kaitannya dengan semua tindakan bahasa (linguistik atau tidak). Kata "pidato" dapat menunjukkan pernyataan khushyuk (Pidato kepresidenan), atau merujuk pada kata-kata tanpa efek, atau bahkan menunjuk penggunaan bahasa yang dibatasi seperti pidato politik, pidato polemik, wacana kaum muda ", dll.

Kegiatan menyampaikan pidato atau yang disebut berpidato pada umumnya dilakukan pada situasi formal. Berpidato adalah proses komunikasi dalam menyampaikan dan menanamkan pikiran, informasi atau gagasan dari pembicara kepada khalayak ramai dan bermaksud meyakinkan pendengar.

Berdasarkan pengertian di atas, pidato dapat disimpulkan sebagai suatu seni membujuk atau mempengaruhi audiens. Berpidato sendiri bukan sebuah pekerjaan yang mudah karena membutuhkan beberapa unsur penting seperti: pembicara, pendengar, latar, persiapan, teknik dan etika dalam berpidato. Berpidato merupakan

penyampaian informasi yang penting, oleh karena itu penyampainnya harus jelas, lugas serta menarik.

Menurut Ochs and Winner dalam Tarigan (2008:16), pidato memiliki empat tujuan yaitu:

- a) Informatif, yang bertujuan menyampaikan informasi berupa laporan atau pengetahuan atau sesuatu yang menarik untuk pendengar.
- b) Persuasif, yaitu bertujuan memengaruhi sikap pendengar dan merupakan usaha untuk mendorong, meyakinkan dan mengajak audiens untuk melakukan suatu hal.
- c) Rekreatif, yaitu bertujuan untuk menghibur atau menyenangkan audiens.
- d) Edukatif, yaitu bertujuan menyampaikan isi pidato terdapat upaya yang menekankan pada aspek-aspek pendidikan.

2. Diksi atau Pilihan Kata

Diksi merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam pidato. Diksi dapat diartikan sebagai pilihan kata yang tepat dan selaras penggunaannya untuk mengungkapkan gagasan sehingga memperoleh efek tertentu seperti yang diharapkan. Pengertian tersebut selaras dengan tujuan berpidato dalam upaya mempengaruhi pendengar dalam mencapai tujuan sebagaimana isi pidato. Diksi dalam pidato disesuaikan dengan kondisi atau konteks tertentu.

Menurut Keraf (2006) diksi merupakan kemampuan membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan, dan kemampuan untuk menemukan bentuk yang sesuai dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok masyarakat. Hal ini menempatkan diksi tidak hanya sebagai pilihan kata

tetapi ketepatan kata yang dapat diterima oleh audiens sehingga tidak mengacaukan suasana pada saat itu.

Pendapat Keraf ini memberikan gambaran yang jelas tentang diksi. Diksi menurut Keraf adalah sebagai berikut:

1. Pilihan kata yang mencakup pengertian kata-kata mana yang dipakai untuk menyampaikan gagasan.
2. Pilihan kata yang mencakup kemampuan membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan dan kemampuan menemukan bentuk yang sesuai atau cocok dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok masyarakat audiens.
3. Pilihan kata yang tepat dan sesuai hanya dimungkinkan bila penguasaan sejumlah besar kosa kata atau pembendaharaan kata bahasa dimiliki.

Dari penjabaran yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa diksi yang digunakan dalam sebuah pidato dapat menjadi kekuatan atau ciri khas dari pembicara. Hal ini dikarenakan diksi dalam pembendaharaan kata yang digunakan memiliki latar belakang sosial budaya pembicara.

3. Sintaksis

Sintaksis merupakan struktur internal bahasa dalam objek kajian ilmu linguistik. Dalam bukunya yang berjudul *La Syntaxe du Français*, Guiraud (1970) menjelaskan pengertian sintaksis sebagai *l'étude des relations entre les mots dans le discours* (studi tentang hubungan kata-kata di dalam wacana). Selain itu dijelaskan juga bahwa sintaksis adalah *étude de la forme des syntagmes ou des combinaisons des mots* atau studi tentang bentuk sintagma atau kombinasi kata-kata.

Sintaksis meliputi kata dan satuan yang lebih besar seperti frasa, klausa, kalimat, serta hubungan antara satuan-satuan tersebut. Pada penelitian ini, fokus penelitian untuk menganalisis strategi retorika pada pidato kemenangan Macron terletak pada analisis kalimat. Kalimat adalah satuan bahasa terkecil yang mengungkapkan pikiran yang utuh, baik dengan cara lisan maupun tulisan. Dubois (2000) menyebutkan bahwa kalimat didefinisikan sebagai *une concaténation de deux constituants, un syntagme nominal et un syntagme verbal* atau rangkaian dari dua komponen, sintagma nominal dan sintagma verbal.

Dalam bahasa tulis intonasi kalimat dilambangkan dengan tanda titik (.), tanda tanya (?), dan tanda seru (!). Dubois dan Charlier (1975) menyebutkan “*À l’écrit, une phrase commence par une majuscule et se termine par une marquée de ponctuation particulière*” atau “Dalam penulisan, kalimat dimulai dengan huruf besar dan diakhiri dengan tanda baca tertentu”. Pada bahasa lisan, Dubois dan Charlier (1975) juga menjelaskan:

À l’orale, ni les majuscules ni la ponctuation n’apparaissent. Il y a des phénomènes d’intonation ou des pauses ; souvent la voix tombe à la fin d’une phrase déclarative, ou elle monte à la fin d’une phrase interrogative....”

Dalam lisan, tidak ada huruf besar maupun tanda baca. Ada gejala intonasi atau jeda; seringkali intonasi turun di akhir sebuah kalimat deklaratif, atau naik di akhir sebuah kalimat tanya....)

Pada penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa konstruksi sintaksi merupakan proses pengaturan kata-kata atau kelompok kata menjadi kesatuan yang bermakna. Adapun kalimat adalah satuan bentuk linguistik karena merupakan suatu konstruksi gramatikal. Dengan kata lain, linguistik bersifat deskriptif.

4. Semantik

Semantik adalah salah satu bagian dari ilmu linguistik yang menarik. Semantik adalah subjek yang luas, dan makna bagaimanapun, adalah istilah yang sangat samar sehingga tugas awal penting dari semantik adalah untuk membedakan antara tipe-tipe makna yang berbeda, dan untuk memperjelas dengan tepat maksud dari suatu bahasa (Riemer, 2010).

Kata semantik dalam bahasa Indonesia (Inggris: *semantics*) berasal dari bahasa Yunani *sema* (kata benda yang berarti “tanda” atau “lambang”). Yang dimaksud dengan tanda atau lambang di sini sebagai padanan kata *sema* itu adalah tanda linguistik (Prancis: *signe linguistique*) seperti yang dikemukakan oleh Saussure (Chaer, 2009), yaitu yang terdiri dari komponen yang mengartikan, yang berwujud bentuk-bentuk bunyi bahasa dan komponen yang diartikan atau makna dari komponen yang pertama itu. Kedua komponen ini merupakan tanda atau lambang; sedangkan yang ditandai atau dilambanginya adalah sesuatu yang berada di luar bahasa yang lazim disebut referen atau hal yang ditunjuk.

Definisi lainnya tentang semantik berasal dari Verhaar (2006) yang mengatakan bahwa semantik adalah cabang linguistik yang membahas arti atau makna dimana masing-masing leksem diberi perian artinya atau maknanya. Lebih lanjut, Verhaar menyebutkan bahwa semantik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu semantik gramatikal dan semantik leksikal. Adapun semantik leksikal adalah jenis semantik yang bagian dari penyelidikannya adalah leksikon dari bahasa itu. Asal kata leksikon adalah dari kata leksem, yakni satuan bahasa yang mempunyai makna tertentu di dalam kesendiriannya atau makna di luar konteks apa pun. Kumpulan leksem atau daftar leksem disebut leksikon. Bentuk ajektif dari leksikon adalah

leksikal. Oleh karena setiap leksem, sebagai satuan leksikon memiliki makna maka pada tataran leksikon inilah studi semantik digunakan.

Objek penelitian dari semantik adalah makna leksem, yang lazim disebut makna leksikal. Menurut Verhaar (1978) cabang studi linguistik yang meneliti makna leksikal disebut semantik leksikal. Semantik leksikal menyelidiki makna yang ada pada leksem-leksem dari bahasa tersebut. Oleh karena itu, makna yang ada pada leksem-leksem itu disebut makna leksikal. Leksem sendiri adalah istilah yang lazim digunakan dalam studi semantik untuk menyebut satuan-bahasa bermakna. Istilah leksem ini kurang lebih dapat dipadankan dengan istilah kata yang lazim digunakan dalam studi morfologi dan sistaksis, dan yang lazim didefinisikan sebagai satuan gramatikal bebas terkecil (Chaer, 1990).

Membahas tentang kata, diksi bukan hanya sekedar pemilihan kata melainkan bagaimana pembicara memilih kata yang tepat untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sekaligus memberi ruang bagi pendengar untuk menimbulkan gagasan dan interpretasi yang lebih luas namun tetap terarah sebagaimana yang diharapkan oleh pembicara.

Ullmann dalam buku Pateda (2001) mengatakan, “ada hubungan antara nama dan pengertian; apabila seseorang membayangkan suatu benda ia akan segera mengatakan benda tersebut. Inilah hubungan timbal-balik antara bunyi dan pengertian, dan inilah makna kata tersebut.

Nick Riemer (2010) pun dalam bukunya menjelaskan bahwa

The word "meaning" is used to refer to such different things as the idea or intention lying behind a piece of language, as in, the thing referred to by a piece of language (2), and the translations of words between languages (3)”.

Maksudnya ialah, semantik sebagai cabang ilmu linguistik tidak hanya merujuk pada satu makna tunggal yang mutlak tetapi dapat pula merujuk pada suatu ide atau gagasan tergantung dimana bahasa tersebut hadir.

Karena bahasa itu digunakan untuk berbagai kegiatan dan keperluan dalam kehidupan bermasyarakat, maka makna bahasa itu pun menjadi bermacam-macam. Secara umum, jenis makna dalam semantik terdiri dari makna denotatif, makna konotatif, makna kontekstual dan makna kolokasi.

1. Makna Denotatif

Makna denotatif merupakan makna dasar suatu kata atau satuan bahasa yang bebas dari nilai rasa. Diksi yang bermakna denotasi adalah konsep dasar yang didukung oleh suatu kata atau makna yang menunjuk pada konsep atau referen. Denotasi mengacu pada makna yang sebenarnya. Denotasi juga merupakan makna sebagaimana yang terdapat pada kamus atau definisi utama suatu kata, sebagai lawan dari pada konotasi atau makna yang ada kaitannya dengan itu.

Imbuhan de- pada kata denotatif memiliki arti tetap dan wajar sebagaimana adanya. Jadi, denotatif adalah makna yang wajar, yang asli, yang muncul pertama, yang diketahui pada mulanya, makna sebagai adanya, dan makna sesuai kenyataannya (Parera, 1998).

Setiap kata memiliki denotasi, maka seorang penulis maupun pembicara harus mempersoalkan apakah kata yang dipilihnya sudah tepat. Ketepatan pilihan kata itu tampak dari kesanggupannya untuk menuntun pembaca maupun pendengar kepada gagasan yang ingin disampaikan, yang tidak memungkinkan interpretasi lain selain dari sikap pembicara dan gagasan-gagasan yang akan disampaikan. Apabila terjadi suatu kesalahan dalam denotasi, maka hal itu mungkin disebabkan

oleh kekeliruan atas kata-kata yang mirip bentuknya, kekeliruan tentang antonim, atau kekeliruan karena tidak jelas maksud dan referennya (Keraf, 2006).

2. Makna Konotatif

Makna konotatif adalah makna kata atau satuan lingual yang merupakan makna tambahan yang berupa nilai rasa. Makna konotatif mempunyai nilai rasa yang bersifat negatif dan positif. Sebagai contoh, dalam kata *Vous* 'kamu' dan *Tu* 'kamu' dalam bahasa Prancis. Kedua kata tersebut sama-sama menunjukkan pada referensi yang sama yaitu kamu, akan tetapi kata *Tu* 'kamu' lebih egaliter dan informal dibandingkan kata *Vous*. *Vous* terjesan lebih hormat dan formal.

Imbuhan ko- pada konotatif memiliki arti bersama yang lain, ada tambahan yang lain terhadap notasi yang bersangkutan. Jadi konotatif adalah makna dari kata yang asli atau makna denotatif yang telah memperoleh tambahan perasaan tertentu, emosi tertentu, nilai tertentu dan rangsangan tertentu yang bervariasi dan juga tak terduga (Parera, 1998).

Nick Riemer (2010) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan makna konotatif adalah aspek-aspek makna yang tidak memengaruhi arti, referensi, atau denotasi kata, tetapi berkaitan dengan faktor-faktor sekunder seperti kekuatan emosionalnya, tingkat formalitasnya, karakternya sebagai euphemisme, dll. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan tersebut, konotasi atau makna konotatif dapat disebut juga makna emotif atau makna evaluatif.

Makna konotatif adalah suatu jenis makna yang stimulus dan responsif mengandung nilai-nilai emosional. Makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju, tidak setuju, senang, tidak senang dan sebagainya pada pihak pendengar; di pihak lain, kata yang dipilih itu

memperlihatkan bahwa pembicaranya juga memendam perasaan yang sama (Keraf, 2006).

3. Makna Kontekstual

Menurut Pateda (2001) makna kontekstual atau makna situasional adalah makna yang muncul sebagai akibat hubungan antara ujaran dan konteks. Konteks yang dimaksud dalam hal ini adalah sebagai berikut :

1. Konteks lawan bicara, yaitu pembicara menggunakan kata-kata yang maknanya dipahami oleh lawan bicara sesuai dengan jenis kelamin, usia, latar belakang sosial, ekonomi dan latar belakang pendidikan.
2. Konteks situasi, yaitu pembicara menggunakan kata-kata yang maknanya berkaitan dengan situasi. Misalnya situasi kedukaan akan membuat pembicara menggunakan kata yang maknanya berkaitan dengan situasi itu.
3. Konteks tujuan, misalnya tujuan untuk meminta, maka kata-kata yang digunakan memiliki makna meminta.
4. Konteks formal atau tidaknya pembicaraan. Konteks formal atau tidaknya pembicaraan memaksa orang harus mencari kata yang bermakna sesuai dengan keformalan atau tidaknya pembicaraan.

Keraf (1991) sendiri menyebutkan bahwa konteks terbagi dua yakni konteks linguistik dan konteks nonlinguistik. Konteks linguistik adalah hubungan antara unsur bahasa yang satu dengan unsur bahasa yang lain. Konteks linguistik mencakup hubungan antara kata dengan kata dalam frasa atau kalimat, hubungan antar frasa dalam kalimat atau wacana, dan juga hubungan antar kalimat dalam wacana. Adapun konteks nonlinguistik adalah hubungan antara kata dan barang atau

hal, dan hubungan antara bahasa dan masyarakat atau yang disebut sebagai konteks sosial. Konteks sosial inilah yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam penggunaan kata atau bahasa sebab kata atau bahasa yang digunakan tidak hanya dilihat dari unsur kebahasaan tetapi juga dari segi kemasyarakatan.

Menurut Verhaar (1978) makna kontekstual berhubungan dengan pemakaian bentuk-bentuk gaya bahasa, atau dapat diartikan sebagai bidang semantik yang mempelajari makna ujaran yang sesuai dengan konteks situasinya. Maksudnya ialah munculnya makna bisa disebabkan oleh situasi, tempat, waktu dan lingkungan, sehingga makna kontekstual adalah makna sebuah leksem atau kata yang berkenaan dengan situasinya. Singkatnya, makna kontekstual berlaku sebagai akibat hubungan antara ujaran dan situasi. Makna kontekstual merupakan makna atau *sense* yang diharapkan menjadi faktor utama dalam komunikasi linguistik dan ditujukan untuk menjadi hal integral pada pokok fungsi bahasa. (Riemer, 2010).

5. Retorika

Retorika dengan pidato memiliki hubungan erat, karena sama-sama bermaksud menyampaikan suatu pesan. Keterkaitan keduanya menjadikan retorika dan pidato tidak dapat dipisahkan, oleh karena itu agar bisa berpidato/beretorika seseorang perlu mempelajarinya. Sebagaimana pepatah dari bahasa Latin menyatakan “*Poeta nascitur, orator fit*” artinya “seorang penyair dilahirkan, tetapi seorang ahli pidato dibina.” Mempelajari retorika membangun orang untuk menjadi pemimpin yang berorientasi pada tujuan yang positif.

Orientasi positif retorika mewujudkan efek positif terhadap diri khalayak dan berdampak pada persaudaraan dan konsolidasi yang kuat sebagaimana persatuan merupakan pokok kekuatan suatu bangsa. Di sisi lain, pidato juga dapat bertujuan

negatif dengan memberi efek negatif terhadap audiens sehingga membentuk suatu perpecahan.

Menurut Fromilhague (2014),

La rhétorique est assimilée à l'art de persuader par le discours. elle se réfère à une norme, obéit à des règles dont l'enjeu est la communication avec l'autre et la volonté de persuader. La rhétorique est peu à peu restreinte à l'art de bien dire; elle est de plus en plus assimilée à l'élocution, en particulier aux figures (voires aux seules figures de sens, les tropes) dont l'enjeu est réduit à l'art de plaire et d'émouvoir.

[Les figures de style \(Lettres\) \(French Edition\) \(hypotheses.org\)](http://www.hypotheses.org/11111)

Retorika diasimilasikan dengan seni meyakinkan melalui sebuah pidato, retorika merujuk juga pada sebuah norma, dan patuh terhadap peraturan-peraturan yang intinya adalah saling berkomunikasi dan keinginan untuk membujuk atau meyakinkan orang lain. Retorika secara bertahap terbatas pada seni berbicara dengan baik; hal tersebut semakin disamakan dengan pidato berkaitan dengan penggunaan istilah, khususnya pada gaya bahasa (majas, pemakaian kata dengan arti yang berlainan dari artinya yang umum) yang memiliki tujuan untuk mereduksi seni agar memberikan kesenangan dan juga membangkitkan.

Maksudnya ialah retorika mengacu pada suatu standar atau aturan, yang merupakan komunikasi dengan orang lain dengan keinginan untuk membujuk. Adapun persuasi sebagai dialog dengan orang lain menggabungkan seni berbicara yang mengajar, menyenangkan dan menyentuh atau yang dalam retorika Aristoteles dikenal sebagai *Logos*, *Ethos* dan *Pathos*.

Pengertian retorika yang lebih jauh berasal dari pendapat Plato. Ia menyatakan bahwa retorika adalah untuk merebut jiwa massa melalui kata-kata, pengertian retorika seperti ini lebih menekankan pada unsur psikologis dalam penyampain pidato. Aristoteles (1954. Handayani, Penerj. 2018) sendiri memandang retorika sebagai sesuatu yang secara inheren diresapi oleh semua orang. Bagi Aristoteles, retorika adalah seni persuasi, suatu yang harus singkat, jelas dan meyakinkan, dengan keindahan bahasa yang disusun untuk hal-hal yang bersifat memperbaiki

(corrective), memerintah (instructive), mendorong (suggestive) dan mempertahankan (defensive).

Dalam risalah retorika Aristoteles (1954. Handayani, Penerj. 2018), terdapat tiga jenis Retorika. Pertama, Retorika Forensik yaitu jenis retorika yang berfokus pada sifat yuridis dan mempersoalkan masa lalu untuk menentukan benar atau salahnya suatu perbuatan. Kedua, Retorika Demonstratif. Retorika jenis ini berfokus pada Epikdeiktik, berkaitan dengan wacana pujian dan tuduhan untuk memperkuat sifat baik atau buruk seseorang, lembaga maupun gagasan. Pidato jenis ini bertujuan memuji, menghormati atau bahkan sebaliknya. Ketiga, Retorika Deliberatif. Merupakan retorika yang bermaksud untuk menentukan tindakan yang harus atau tidak boleh dilakukan khalayak. Melalui penjabaran ini dapat disimpulkan bahwa pada teori Retorika klasik Aristoteles, kemampuan retorika lebih banyak dipraktekkan untuk bidang hukum serta kepentingan politik. (Aristoteles, 1954. Handayani, Penerj. 2018). Ketiga jenis retorika tersebut pada penelitian ini ditemukan dengan menganalisis fungsi sintaksis kalimat dalam pidato kemenangan Macron untuk mengetahui strategi retorika yang digunakan Macron pada pidato kemenangannya.

Menurut Aristoteles (1954. Handayani, Penerj. 2018), aspek terpenting dari teori dan dasar pemikiran retorika adalah tiga jenis pendekatan untuk mempersuasi audiens, yakni logos, pathos, dan ethos.

1. Logos.

Logos disebut juga bukti logis. Logos merupakan sisi rasional dari manusia, dan bergantung pada kemampuan audiens dalam memproses informasi (Larson, 1992). Dalam bukti logis, argumen memiliki struktur dalam pembentukannya.

Struktur argumen terbagi menjadi dua jenis, yaitu *inductive argument* dan *deductive argument*. Dalam logos, terdapat pula *reasoning* yakni penggambaran atau penarikan kesimpulan dari bukti-bukti yang dipaparkan (Beebe, Beebe & Ivy, 2010). Menurut Lucas (2007), *reasoning* menjadi penting karena dalam keseharian manusia, kita dibombardir dengan pesan yang persuasif baik dari televisi hingga kampanye politik.

Proses komunikasi melibatkan sebuah penjelasan yang terstruktur dari penalaran atau *reasoning*. Lebih lagi, *reasoning* dan *critical thinking* mendasari kehidupan manusia sehari-hari. Mereka melibatkan segala kemampuan untuk menghubungkan dan menata ide. Kemampuan tersebut dibagi menjadi tiga yaitu analysis (analisis), inference (penarikan kesimpulan) dan evaluation (evaluasi). Analisis melibatkan beberapa hal, menurut Lewis & Slade (Darmastuti, 2013)

- a. Mengidentifikasi apa yang dikatakan
- b. Membedakan apa yang relevan dan apa yang tidak
- c. Melihat hubungan antara benang-benang pemikiran
- d. Melihat kesamaran dan ambiguitas, lalu membuat klarifikasi jika diperlukan
- e. Melihat anggota kelas, dilihat dari persamaannya
- f. Mengidentifikasi contoh tandingan (*counterinstance*), dan menghargainya sebagai sesuatu yang berbeda
- g. Mengidentifikasi analogi.

Penarikan kesimpulan melibatkan beberapa hal, antara lain:

- a. Menggambarkan akibat dari apa yang telah dikatakan
- b. Mengidentifikasi asumsi yang telah diberikan

- c. Menggeneralisasikan dari contoh khusus atau mengabstraksi
- d. Menerapkan analogi hingga mencapai kesimpulan yang baru
- e. Mengenali hubungan sebab- akibat.

Evaluasi melibatkan:

- a. Memberikan alasan untuk percaya dan keputusan lalu memilih bagaimana untuk bertindak
- b. Mengkritisi ide secara konstruktif
- c. Memodifikasi ide dalam respon bagi kritisisme.

2. Ethos

Kedua, ethos atau yang dikenal sebagai sumber kredibilitas. Ethos adalah keahlian personal, karisma, dan personalitas. Selain kompetensi, karakter atau bagaimana audience mengacu pada ketulusan pembicara, dapat dipercaya dan perhatiannya pada kebaikan audience adalah salah satu faktor kredibilitas. Kredibilitas adalah persepsi komunikan, jadi tidak inheren dalam diri komunikasi. Kredibilitas juga berhubungan dengan sifat-sifat komunikator (Lucas, 2007). Kredibilitas seorang pembicara faktanya dapat ditemukan karena individu tersebut mendapatkan hak untuk berbicara. Kredibilitas yang dimaksud berupa kompetensi, kelayakan, dinamisasi, dan landasan yang sama. Tidak lupa keahlian personal, karisma, personalitas. Menurut Lucas (2007), selain kompetensi dan karakter yang mengacu pada ketulusan pembicara, dapat dipercaya dan perhatiannya pada kebaikan juga menjadi faktor yang menunjukkan kredibilitas seorang pembicara. Hal tersebut kemudian menegaskan bahwa seseorang tidak terpersuasi hanya karena bukti yang dipaparkan oleh pembicara, tapi oleh siapa bukti tersebut dipaparkan.

3. Pathos.

Pathos atau bukti emosional. Mempersuasi orang secara emosional lebih cepat diterima daripada secara logika. Emosi yang paling sering digunakan adalah rasa takut. Pathos merupakan bukti yang melibatkan emosi. Untuk menarik emosi, seorang pembicara harus memahami keadaan pikiran (*state of mind*) dari audiens (Aristoteles, 1954. Handayani, Penerj. 2018)

Para sarjana modern menyebut pathos sebagai daya tarik emosional (Lucas, 2007). Daya tarik emosional digunakan untuk membuat audiens merasa bersalah, sedih, marah, takut, bahagia, bangga, simpatik, menghormati atau suka. Beberapa daya tarik emosional yang sering digunakan pembicara antara lain (Lucas, 2007) :

- a. *Fear*: rasa takut akan sakit, bencana alam, pelecehan seksual, penolakan individu, atau kesulitan ekonomi
- b. *Compassion*: perasaan kasihan terhadap ketidakmampuan fisik, perempuan yang dipukuli, hewan peliharaan yang diabaikan, pengangguran, anak-anak kelaparan, atau korban AIDS.
- c. *Pride*: rasa bangga dalam sebuah negara, dalam keluarga, dalam sekolah, dalam warisan etnis, dan rasa bangga dalam pencapaian seseorang.
- d. *Anger*: adalah rasa marah kepada teroris dan pendukungnya, kepada pemimpin bisnis yang bersikap tidak etis, anggota kongres yang menyalahgunakan kepercayaan publik, berandalan, dan pencuri.
- e. *Guilt*: perasaan bersalah karena tidak menolong orang yang kurang beruntung, perasaan bersalah karena tidak mempertimbangkan hak orang lain, perasaan bersalah karena tidak melakukan hal yang terbaik.

- f. *Reverence*: adalah perasaan hormat bagi seseorang, tradisi dan institusi, kepercayaan seseorang.

Penelitian diksi ini dalam kaitannya dengan studi retorika merupakan suatu pencarian filosofis tentang bagaimana kata-kata bekerja atau berpengaruh dalam wacana. Menurut Abrams (1981), unsur stilistik atau gaya bahasa terdiri dari unsur fonologi, sintaksis, leksikal, retorika yang berupa karakteristik penggunaan bahasa figuratif, pencitraan, dan sebagainya dimana unsur-unsur gaya bahasa terdiri dari kategori leksikal, gramatikal, *figures of speech*, konteks, dan kohesi.

Unsur retorika meliputi pemajasan, penyiasatan struktur kalimat, dan pencitraan. Dengan demikian, gaya bahasa terdiri dari unsur leksikal, gramatikal, kohesi, dan retorika. Dalam penelitian ini unsur gaya bahasa yang digunakan adalah unsur retorika. Pembahasan unsur-unsur gaya bahasa yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah unsur retorika yang meliputi penyiasatan pilihan kata atau diksi. Kajian stilistik ini berperan untuk membantu menganalisis dan memberikan gambaran secara lengkap bagaimana nilai dalam sebuah bahasa sebagai alat komunikasi, tak terkecuali pada pidato yang diteliti dalam penelitian ini.

6. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini terdapat pada skripsi Ayu Pratiwi Hidayat (2019) yang berjudul “Strategi Persuasi dalam Pidato Kampanye Emmanuel Macron”. Penelitian tersebut berfokus pada analisis strategi persuasi yang dilakukan Emmanuel Macron saat berkampanye dengan menggunakan teks pidato Macron saat berkampanye di Marseille sebagai subjek penelitian dan menganalisa kata, frasa, konjugasi verbe imperatif dan future simple, kalimat serta paragraph sebagai objek penelitian. Hasil analisis dari penelitian ini adalah

penggunaan strategi persuasi rasionalisasi, sugesti, identifikasi dan konformitas digunakan Macron dalam orasinya saat berkampanye di Marseille.

Adapun penelitian ini akan melengkapi kajian terkait ilmu linguistik pada umumnya dan kajian pragmatik secara khusus. Dengan membaca dan menyimak penelitian terdahulu, penelitian ini lebih lanjut mengkaji pidato Macron setelah memenangkan pemilihan Presiden Prancis ke-25. Penelitian ini pun menggunakan diksi pada teks pidato kemenangan Macron sebagai objek penelitian yang merupakan bagian dari strategi persuasi atau retorika.