

RETORIKA ANIES BASWEDAN PADA ACARA *DESAK ANIES* EPISODE 17 DENGAN TEMA PENDIDIKAN

Arif Ananda¹, Afif Rofii², Abdoel Gafar³

**Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Batanghari Jambi**

Email: Anandaarif0111@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the rhetorical aspects employed by Anies Baswedan in Desak Anies Episode 17, which focuses on the theme of education. The analysis addresses the research questions and objectives by describing the three rhetorical aspects: ethos, pathos, and logos. This study illustrates how these rhetorical aspects function as persuasive elements in Anies Baswedan's rhetoric. The research employed a qualitative descriptive method. The data consisted of excerpts related to the rhetorical aspects of ethos, pathos, and logos. The collected data were then analyzed based on the relevant theoretical framework. The findings reveal that Anies Baswedan's rhetoric in Desak Anies Episode 17 on the theme of education contains a total of 53 excerpts representing the three rhetorical aspects. These consist of 10 excerpts of ethos, 27 excerpts of pathos, and 16 excerpts of logos.

Keywords: *Rhetoric, Anies Baswedan, Desak Anies*

¹ Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi

² Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi

³ Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana utama manusia dalam menyampaikan pikiran, gagasan, perasaan, dan kehendak kepada orang lain (Rofii and Yuniarti, 2023). Melalui bahasa, proses komunikasi dapat berlangsung secara efektif sehingga manusia mampu membangun hubungan sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan berbahasa menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan individu, baik dalam lingkungan pendidikan maupun kehidupan bermasyarakat (Wahyuningsih, 2014).

Keterampilan berbahasa mencakup empat aspek, yaitu menyimak, berbicara, membaca, dan menulis (Maria Hutabarat, Rofii and Supriyati, 2026). Keempat keterampilan tersebut saling berkaitan dan berkembang secara bertahap. Keterampilan berbicara menempati posisi yang sangat penting karena menjadi media utama dalam menyampaikan informasi, pendapat, maupun argumentasi secara langsung. Kemampuan berbicara yang baik tidak hanya bergantung pada penguasaan kosakata, tetapi juga kemampuan menyusun gagasan secara logis, memilih diksi yang tepat, serta menyesuaikan bahasa dengan situasi komunikasi (Pamuji & Setyami, 2021).

Di era modern, keterampilan berbicara berkembang menjadi kompetensi yang memiliki nilai strategis dalam kehidupan akademik, profesional, maupun sosial (Ananda, Amral and Rofii, 2025). Individu yang memiliki kemampuan berbicara secara efektif cenderung lebih mudah membangun relasi, memengaruhi orang lain, serta memperoleh kepercayaan publik. Sebaliknya, kemampuan berbicara yang kurang baik dapat menghambat penyampaian gagasan meskipun memiliki substansi yang berkualitas. Oleh sebab itu, keterampilan berbicara tidak lagi dipandang sekadar kemampuan teknis, melainkan sebagai kompetensi yang mendukung keberhasilan seseorang dalam berbagai bidang (Harianto, 2020).

Salah satu bentuk keterampilan berbicara yang memiliki peranan penting ialah retorika. Retorika dipahami sebagai seni sekaligus kemampuan menyampaikan pesan secara efektif dengan memperhatikan aspek logika, emosi, dan kredibilitas pembicara. Aristoteles menjelaskan bahwa retorika merupakan kemampuan menemukan cara persuasi yang paling tepat sesuai dengan situasi tertentu. Konsep tersebut kemudian

dikenal melalui tiga unsur utama, yaitu *ethos* (kredibilitas), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika), yang hingga kini masih menjadi dasar dalam kajian komunikasi persuasif (Herrick, 2012).

Perkembangan ilmu retorika tidak hanya terbatas pada bidang komunikasi, tetapi juga diterapkan dalam pendidikan, kepemimpinan, hingga politik. Dalam konteks politik, retorika menjadi instrumen penting bagi seorang pemimpin untuk membangun kepercayaan, memengaruhi opini publik, serta memperoleh dukungan masyarakat. Kemampuan seorang tokoh politik dalam menyampaikan gagasan secara sistematis dan persuasif sering kali menjadi faktor yang memengaruhi persepsi publik terhadap kualitas kepemimpinannya (Syamsuddin, 2014).

Indonesia memiliki sejumlah tokoh yang dikenal memiliki kemampuan retorika yang kuat, seperti Ir. Soekarno dan Bung Tomo. Kemampuan mereka dalam menyampaikan pidato mampu membangkitkan semangat masyarakat serta memengaruhi arah perjuangan bangsa. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa retorika bukan sekadar penggunaan bahasa yang indah, melainkan kemampuan membangun keyakinan, menggugah emosi, serta menyampaikan pesan yang berdampak terhadap audiens (Pratiwi, 2022).

Pada perkembangan politik kontemporer, praktik retorika semakin banyak dimanfaatkan dalam kegiatan kampanye politik, termasuk pada Pemilihan Presiden Republik Indonesia Tahun 2024. Setiap pasangan calon berusaha menyusun strategi komunikasi yang efektif untuk memperoleh dukungan masyarakat. Salah satu tokoh yang menarik perhatian publik ialah Anies Baswedan, yang dikenal memiliki kemampuan komunikasi dan retorika yang kuat dalam menyampaikan visi, misi, maupun tanggapan terhadap berbagai isu publik (Alhafizh & Nurliah, 2024).

Salah satu bentuk inovasi kampanye yang dilakukan Anies Baswedan adalah program *Desak Anies*, yaitu forum dialog terbuka yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan kritik, pertanyaan, maupun masukan secara langsung. Program ini menjadi menarik karena komunikasi berlangsung secara dua arah sehingga kemampuan retorika Anies diuji dalam menjawab berbagai persoalan secara spontan. Jawaban yang disampaikan tidak hanya dituntut logis dan argumentatif, tetapi juga harus

mampu membangun kepercayaan publik melalui penyampaian yang meyakinkan (Eko, 2023).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa retorika memiliki peranan penting dalam membangun kredibilitas seorang tokoh publik. Kredibilitas pembicara tidak hanya ditentukan oleh pengalaman dan kapasitas intelektual, tetapi juga oleh bagaimana gagasan tersebut dikomunikasikan kepada audiens. Pearson menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan audiens terhadap pembicara akan memengaruhi efektivitas pesan yang disampaikan. Namun demikian, masih terdapat anggapan di masyarakat bahwa retorika identik dengan kemampuan berbicara tanpa substansi atau sekadar penggunaan bahasa yang indah, sehingga makna ilmiah retorika sering kali dipahami secara keliru (Sulistyarini & Zainal, 2020).

Landasan Teori

a. Bahasa

Bahasa merupakan unsur fundamental dalam kehidupan manusia karena berfungsi sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pikiran, perasaan, gagasan, dan informasi (Parawita, Amral and Rofii, 2025). Melalui bahasa, individu dapat membangun interaksi sosial, menyampaikan makna, serta menjalin kerja sama dalam berbagai aspek kehidupan (Chaer, 2010). Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsep bahasa menjadi landasan penting dalam mengkaji keterampilan berbicara dan retorika sebagai bagian dari proses komunikasi.

b. Retorika

Retorika merupakan salah satu konsep penting dalam kajian komunikasi yang berkaitan dengan kemampuan menyampaikan gagasan secara efektif, logis, dan persuasif. Penguasaan retorika tidak hanya menekankan keterampilan berbicara, tetapi juga kemampuan membangun kredibilitas, membangkitkan emosi, serta menyusun argumentasi yang mampu memengaruhi audiens (Hasanah, 2020). Oleh karena itu, pemahaman mengenai pengertian retorika menjadi landasan teoritis yang penting dalam menganalisis praktik komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi politik dan pidato publik.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena

retorika dalam program *Desak Anies* Episode 17 Bertema Pendidikan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menginterpretasikan data berupa tuturan secara mendalam sesuai dengan fokus penelitian. Penelitian dilaksanakan di Kota Jambi, Provinsi Jambi, dengan waktu penelitian dimulai pada Oktober 2024.

Data penelitian berupa tuturan Anies Baswedan yang mengandung unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Sumber data berasal dari video “Desak Anies #17 Yogyakarta – Pendidikan” yang dipublikasikan pada kanal YouTube Anies Baswedan pada 23 Januari 2024 dengan durasi 2 jam 6 menit 20 detik. Data dikumpulkan melalui teknik simak dan catat, yaitu dengan menyimak video secara berulang, mentranskripsikan tuturan ke dalam bentuk teks, mengidentifikasi kutipan yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian mengklasifikasikannya berdasarkan unsur retorika Aristoteles (Sugiyono, 2016).

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, identifikasi, klasifikasi, dan interpretasi tuturan berdasarkan teori retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*, kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan (Moleong, 2006). Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi penyelidik, yaitu dengan melibatkan dosen pembimbing sebagai pengamat untuk menelaah hasil analisis serta memastikan kesesuaian interpretasi data dengan teori yang digunakan sehingga meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Ethos* dalam Retorika Anies Baswedan pada Acara *Desak Anies* Episode 17 dengan Tema Pendidikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *ethos* merupakan unsur retorika yang dominan digunakan Anies Baswedan dalam acara *Desak Anies* Episode 17 Tema Pendidikan. Berdasarkan hasil analisis ditemukan sebanyak 10 kutipan yang mengandung aspek *ethos*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Anies membangun kredibilitasnya melalui pengalaman, kompetensi, rekam jejak kepemimpinan, serta sikap yang mencerminkan niat baik kepada audiens. Temuan ini sejalan dengan pendapat Herrick dalam Aisyah (2022) dan Abdillah (2024) yang menyatakan bahwa *ethos* dibangun melalui karakter,

pengalaman, serta kepercayaan yang dimiliki pembicara.

Bentuk *ethos* yang pertama tampak ketika Anies menjelaskan kedekatannya dengan Kota Yogyakarta sebagai tempat ia menempuh pendidikan sejak kecil hingga perguruan tinggi. Pengalaman tersebut digunakan untuk memperkuat argumennya mengenai karakteristik masyarakat Yogyakarta sehingga pendengar memandang bahwa penutur memahami konteks yang sedang dibahas. Dalam teori retorika Aristoteles, pengalaman yang relevan menjadi salah satu unsur penting dalam membangun kredibilitas seorang pembicara (Herrick dalam Aisyah, 2022).

Selain pengalaman pribadi, *ethos* juga dibangun melalui rekam jejak profesional ketika Anies mengemukakan program Direktorat Pendidikan Keorangtunaan yang pernah dibentuk saat menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Penyampaian pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa argumen yang disampaikan tidak hanya berupa opini, tetapi didasarkan pada kebijakan yang pernah dilaksanakan secara nyata. Dengan demikian, kredibilitas penutur semakin kuat karena didukung oleh kompetensi dan pengalaman kepemimpinan yang dimilikinya (Fauzan, 2022).

Aspek *ethos* berikutnya terlihat ketika Anies memberikan saran kepada mahasiswa mengenai pentingnya menjaga indeks prestasi untuk memperoleh beasiswa LPDP. Nasihat tersebut didasarkan pada pengalaman pribadinya sebagai penerima beasiswa studi di luar negeri sehingga memberikan kesan bahwa penutur memiliki kapasitas untuk memberikan arahan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman akademik dapat meningkatkan tingkat kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Herrick dalam Aisyah, 2022).

Kredibilitas Anies juga tampak ketika membahas persoalan pendidikan, administrasi guru, pengelolaan anggaran, serta aktivitas mahasiswa di perguruan tinggi. Berbagai argumentasi tersebut selalu dikaitkan dengan pengalaman yang pernah dimilikinya sebagai Menteri Pendidikan, Gubernur DKI Jakarta, maupun aktivis organisasi semasa sekolah dan kuliah. Penggunaan pengalaman empiris tersebut menjadikan argumen yang disampaikan lebih meyakinkan karena didukung oleh rekam jejak

yang relevan dengan topik pembahasan (Abdillah, 2024).

Selanjutnya, aspek *ethos* juga tercermin melalui penyampaian nilai-nilai kebajikan (*goodwill*) kepada audiens. Hal tersebut terlihat ketika Anies menjelaskan pentingnya pembangunan fasilitas ramah disabilitas, penyederhanaan administrasi guru, serta dorongan agar pemerintah menjalankan prinsip keadilan dalam pengambilan kebijakan. Pernyataan-pernyataan tersebut menunjukkan bahwa selain memiliki kompetensi, penutur juga menampilkan kepedulian terhadap kepentingan masyarakat sehingga mampu membangun citra sebagai pemimpin yang berorientasi pada pelayanan publik (Fauzan, 2022).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek *ethos* dalam retorika Anies Baswedan dibangun melalui tiga indikator utama, yaitu pengalaman dan kompetensi, rekam jejak kepemimpinan, serta niat baik kepada masyarakat. Ketiga indikator tersebut saling melengkapi dalam membentuk kredibilitas penutur sehingga argumentasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh audiens. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori Aristoteles bahwa keberhasilan komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh karakter dan kredibilitas pembicara sebelum audiens menerima isi pesan yang disampaikan (Abdillah, 2024).

2. *Pathos* dalam Retorika Anies Baswedan pada Acara Desak Anies Episode 17 dengan Tema Pendidikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *pathos* merupakan unsur retorika yang paling dominan muncul dalam acara Desak Anies Episode 17 Tema Pendidikan. Berdasarkan hasil analisis ditemukan sebanyak 27 kutipan yang mengandung aspek *pathos*. Temuan ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan tidak hanya mengandalkan logika dan kredibilitas, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan audiens melalui ungkapan empati, apresiasi, harapan, motivasi, serta pujian. Temuan tersebut sejalan dengan teori Sillars dan Henschel (2003), Perloff (2020), serta Herrick dalam Aisyah (2022) yang menyatakan bahwa daya persuasi akan semakin kuat apabila pembicara mampu membangkitkan emosi audiens.

Bentuk *pathos* pertama terlihat melalui upaya Anies membangun kedekatan emosional dengan masyarakat Yogyakarta. Hal tersebut

tampak ketika penutur memuji Yogyakarta sebagai kota yang terbuka bagi pelajar dari seluruh Indonesia, bahkan menyebutnya sebagai kota yang selalu dirindukan hingga masa pensiun. Pujian tersebut membangkitkan rasa bangga masyarakat setempat sekaligus menciptakan suasana komunikasi yang hangat. Strategi ini menunjukkan bahwa pujian terhadap identitas audiens menjadi salah satu cara efektif untuk memperoleh perhatian dan simpati pendengar (Perloff, 2020).

Aspek *pathos* juga muncul ketika Anies membahas isu-isu pendidikan yang dekat dengan pengalaman audiens, seperti kebebasan akademik, kesejahteraan guru, serta akses terhadap beasiswa LPDP. Penyampaian doa kepada para pejuang LPDP, perhatian terhadap biaya seleksi beasiswa, serta keberpihakannya kepada guru honorer menunjukkan adanya empati terhadap persoalan yang dihadapi masyarakat. Bentuk komunikasi tersebut mampu membangkitkan harapan dan perasaan positif sehingga audiens merasa dipahami oleh penutur (Sillars & Henschel, 2003).

Temuan lainnya menunjukkan bahwa Anies sering memberikan apresiasi secara langsung kepada peserta dialog. Apresiasi tersebut diberikan kepada peserta termuda, anak sekolah, mahasiswa, guru, orang tua, maupun relawan pendidikan melalui pujian, ucapan terima kasih, dan pengakuan atas kontribusi mereka. Respons positif tersebut tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri peserta yang bersangkutan, tetapi juga menciptakan suasana dialog yang lebih akrab dan partisipatif. Dengan demikian, *pathos* diwujudkan melalui penghargaan terhadap individu sebagai bagian dari strategi komunikasi persuasif (Perloff, 2020).

Selain itu, aspek *pathos* tampak melalui penyampaian kepedulian terhadap kelompok rentan, seperti penyandang disabilitas, anak berkebutuhan khusus, ibu hamil, anak-anak, dan lanjut usia. Anies menyampaikan komitmennya untuk menyediakan fasilitas yang lebih inklusif serta dukungan anggaran bagi sekolah yang menerima peserta didik berkebutuhan khusus. Pernyataan tersebut menunjukkan adanya kepekaan sosial yang mampu membangkitkan rasa aman, dihargai, dan diperhatikan di kalangan audiens. Menurut Sillars dan Henschel (2003), empati merupakan salah satu bentuk daya tarik emosional yang efektif dalam komunikasi persuasif.

Pada beberapa kutipan lainnya, Anies juga menggunakan *pathos* melalui penyampaian sikap tegas terhadap persoalan yang dianggap merugikan masyarakat, seperti praktik jual beli bangku sekolah. Penggunaan diksi seperti “penyimpangan”, “pelanggaran”, dan “kriminal” menunjukkan intensitas emosi yang tinggi sekaligus memperlihatkan keberpihakan kepada masyarakat yang menjadi korban. Di sisi lain, penutur juga menegaskan pentingnya perlindungan bagi pelapor agar masyarakat tidak takut menyampaikan kebenaran. Strategi ini memperlihatkan bahwa emosi dalam retorika tidak selalu diwujudkan melalui pujian, tetapi juga melalui ketegasan terhadap ketidakadilan (Herrick dalam Aisyah, 2022).

Aspek *pathos* juga tampak pada bagian penutup dialog ketika Anies mengucapkan terima kasih kepada peserta, panitia, serta masyarakat yang hadir. Ia mengajak audiens untuk terus mencintai Indonesia, menjaga kebebasan berbicara, serta menjadi bagian dari perubahan bangsa. Penyampaian harapan tersebut membangun optimisme sekaligus memperkuat ikatan emosional antara penutur dan pendengar. Ucapan apresiasi yang konsisten sepanjang dialog menunjukkan bahwa hubungan emosional menjadi salah satu strategi utama dalam komunikasi politik yang dilakukan Anies Baswedan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *pathos* dalam retorika Anies Baswedan diwujudkan melalui berbagai bentuk komunikasi emosional, seperti pujian, empati, motivasi, apresiasi, harapan, kepedulian, dan ketegasan terhadap persoalan publik. Dominannya penggunaan *pathos* memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif tidak hanya ditentukan oleh kekuatan argumen dan kredibilitas pembicara, tetapi juga oleh kemampuan membangun kedekatan emosional dengan audiens. Dengan demikian, temuan ini menguatkan teori Sillars dan Henschel (2003), Perloff (2020), serta Herrick dalam Aisyah (2022) bahwa daya tarik emosional merupakan unsur penting dalam membentuk penerimaan dan dukungan audiens terhadap pesan yang disampaikan.

3. Logos dalam Retorika Anies Baswedan pada Acara Desak Anies Episode 17 dengan Tema Pendidikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *logos* dalam retorika Anies Baswedan muncul

sebanyak 16 kutipan. Aspek ini diwujudkan melalui penyampaian argumentasi yang logis, sistematis, berbasis fakta, serta menawarkan solusi terhadap berbagai persoalan pendidikan. Temuan ini menunjukkan bahwa Anies tidak hanya berupaya memengaruhi audiens melalui kredibilitas dan pendekatan emosional, tetapi juga melalui penalaran yang rasional sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima. Temuan tersebut sejalan dengan teori Arifin (2011), Rakhmat (2011), dan Herrick dalam Aisyah (2022) yang menjelaskan bahwa *logos* merupakan daya persuasi yang dibangun melalui bukti, alasan, dan argumentasi yang masuk akal.

Bentuk *logos* pertama tampak ketika Anies memaparkan gagasannya mengenai pengembangan Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan Indonesia. Gagasan tersebut disertai dengan penjelasan mengenai pembangunan pusat sinema, ruang terbuka hijau, pengembangan transportasi publik, serta akselerasi pembangunan wilayah selatan Yogyakarta. Penyampaian program yang disertai penjelasan dan visualisasi melalui poster menunjukkan bahwa argumentasi yang dibangun tidak bersifat abstrak, tetapi disusun secara konkret dan sistematis sehingga meningkatkan keyakinan audiens terhadap kelayakan program yang ditawarkan (Arifin, 2011).

Aspek *logos* juga terlihat dalam pembahasan mengenai berbagai persoalan pendidikan nasional, khususnya sistem zonasi sekolah dan perubahan kurikulum. Anies menjelaskan bahwa akar persoalan zonasi bukan terletak pada sistemnya, melainkan pada ketimpangan jumlah dan kualitas sekolah. Selain itu, ia berpendapat bahwa kurikulum tidak perlu diganti secara menyeluruh setiap pergantian pemerintahan, melainkan cukup disempurnakan dengan meningkatkan kompetensi guru dan kepala sekolah. Pola argumentasi tersebut menunjukkan hubungan sebab-akibat yang jelas sehingga mampu memperkuat daya persuasi kepada audiens (Rakhmat, 2011).

Penggunaan data dan ilustrasi logis juga tampak ketika Anies membandingkan pelaksanaan *World Economic Forum* yang berlangsung setiap tahun dengan *World Education Forum* yang diselenggarakan setiap lima belas tahun sekali. Perbandingan tersebut digunakan untuk menjelaskan bahwa kebijakan pendidikan memerlukan stabilitas dan tidak seharusnya diubah secara terus-menerus seperti kebijakan ekonomi.

Strategi argumentasi berbasis analogi tersebut memperlihatkan kemampuan penutur dalam menyederhanakan persoalan yang kompleks agar lebih mudah dipahami oleh pendengar (Herrick dalam Aisyah, 2022).

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa aspek *logos* diwujudkan melalui penyampaian solusi terhadap berbagai persoalan publik. Hal tersebut terlihat pada usulan pemanfaatan dana LPDP untuk sektor kebudayaan dan kesenian, mekanisme pengawasan terhadap program televisi melalui sponsor, penyediaan anggaran bagi sekolah yang menerima peserta didik berkebutuhan khusus, hingga pelibatan siswa dalam penyusunan kebijakan kurikulum. Berbagai solusi tersebut disampaikan secara runtut dengan mempertimbangkan kondisi yang dihadapi masyarakat sehingga memperlihatkan adanya proses penalaran yang rasional dalam penyampaian pesan (Arifin, 2011).

Selain itu, aspek *logos* tampak ketika Anies mengemukakan langkah-langkah konkret dalam mengatasi praktik jual beli bangku sekolah. Ia tidak hanya menjelaskan penyebab masalah, tetapi juga menawarkan mekanisme perlindungan bagi pelapor, penerapan sistem transparansi secara real time, serta pemerataan distribusi guru dan kepala sekolah. Penyampaian solusi yang disusun secara bertahap menunjukkan bahwa penutur membangun argumentasi berdasarkan analisis masalah dan alternatif penyelesaiannya. Menurut Rakhmat (2011), argumentasi yang sistematis seperti ini menjadi salah satu ciri utama penggunaan *logos* dalam komunikasi persuasif.

Pada bagian akhir dialog, Anies juga menggunakan *logos* untuk menjelaskan pentingnya kampanye sebagai ruang pendidikan politik bagi masyarakat. Ia mengemukakan bahwa pemilihan presiden bukan sekadar memilih figur, tetapi memilih pengambil keputusan yang rekam jejak, cara berpikir, dan kualitas kepemimpinannya perlu dievaluasi secara rasional. Selain itu, ia menegaskan bahwa kebijakan publik harus disusun berdasarkan data, objektivitas, dan ilmu pengetahuan agar mampu menerima kritik secara terbuka. Argumentasi tersebut menunjukkan konsistensi penggunaan penalaran logis dalam membangun kepercayaan audiens terhadap gagasan yang disampaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *logos* dalam retorika Anies Baswedan diwujudkan

melalui argumentasi yang rasional, penggunaan hubungan sebab-akibat, penyampaian data dan analogi, serta pemberian solusi yang konkret terhadap berbagai persoalan pendidikan. Dominannya penggunaan pola argumentasi yang sistematis memperlihatkan bahwa Anies berupaya meyakinkan audiens tidak hanya melalui kredibilitas dan pendekatan emosional, tetapi juga melalui kekuatan logika. Dengan demikian, temuan penelitian ini menguatkan pandangan Arifin (2011), Rakhmat (2011), dan Herrick dalam Aisyah (2022) bahwa *logos* merupakan unsur penting dalam membangun komunikasi persuasif yang efektif.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa retorika memiliki peran penting dalam membangun komunikasi persuasif untuk memengaruhi dan meyakinkan khalayak. Pada acara *Desak Anies Episode 17* bertema pendidikan, Anies Baswedan menerapkan tiga aspek utama retorika Aristoteles, yaitu *ethos* (kredibilitas), *pathos* (daya tarik emosional), dan *logos* (argumentasi yang logis) dalam menyampaikan gagasan dan menjawab pertanyaan peserta.

Hasil penelitian menemukan sebanyak 54 kutipan yang terdiri atas 10 kutipan aspek *ethos*, 27 kutipan aspek *pathos*, dan 16 kutipan aspek *logos*. Aspek *pathos* menjadi aspek yang paling dominan, menunjukkan bahwa Anies Baswedan lebih banyak memanfaatkan pendekatan emosional melalui apresiasi, empati, motivasi, dan harapan untuk membangun kedekatan dengan pendengar.

Ketiga aspek retorika tersebut saling melengkapi dalam membentuk komunikasi yang efektif. *Ethos* memperkuat kepercayaan terhadap penutur, *pathos* membangun keterikatan emosional dengan audiens, sedangkan *logos* memperkuat argumen melalui penalaran yang logis. Kombinasi ketiganya menjadi strategi retorika yang mendukung efektivitas penyampaian pesan dalam konteks komunikasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, S. (2024). *Retorika dakwah Habib Jafar Bin Smith melalui YouTube* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aisyah, M. (2022). *Ethos, Pathos, Logos, dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature*

Review. Jurnal Darma Agung, 30(3), 442–469.

- Alhafidz, N., & Nurliah. (2024). Analisis Isi Retorika Gerakan Desak Anies dalam Upaya Pembentukan Citra Kampanye Anies Baswedan di Pemilu 2024. *eJournal Ilmu Komunikasi, 12(4), 411–422.*
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Graha Ilmu.
- Ananda, D., Amral, S. and Rofii, A. (2025) “Kesantunan Berbahasa pada Maksim Kearifan dalam Debat Pertama Calon Presiden Indonesia Periode 2024-2029 di Kanal Youtube Metro Tv,” *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 9(2), p. 326.* Available at: <https://doi.org/10.33087/aksara.v9i2.1272>.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal* (Edisi revisi). Rineka Cipta.
- Eko, B. (2023). *Anies Baswedan Mulai Aktif di Tiktok, Menjangkau Generasi Milenial dan Gen Z*. Unews. <https://www.unews.id/nasional/28811369543/anies-baswedan-mulai-aktif-di-tiktok-menjangkau-generasi-milenial-dan-gen-z>
- Fauzan, A. (2022). *Psikologi komunikator KH. Hisyam Al-Burhani Hasyim di Basmol, Kembangan Utara, Jakarta Barat* (Skripsi). (Lengkapi nama Perguruan Tinggi Jika Tersedia).
- Harianto, E. (2020). Metode bertukar gagasan dalam pembelajaran keterampilan berbicara. *Didaktika, 9(4).*
- Hasanah. (2020). Kualifikasi da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles. *Jurnal Komunikasi Islam, 10(2), 256–275.*
- Herrick, J. A. (2012). *The History And Theory Of Rhetoric* (5th ed.). Routledge.
- Henschel, D. J., & Sillars, A. L. (2003). The role of argument quality and emotional appeals in persuasive messages. *Communication Research, 30(3), 322–343.*
- Maria Hutabarat, K.A., Rofii, A. and Supriyati, S. (2026) “Pengembangan Modul Berbasis Inkuiri untuk Pembelajaran Menulis Cerita Pendek Di SMA Negeri 8 Kota Jambi,” *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 10(1), p. 120.* Available at:

- <https://doi.org/10.33087/aksara.v10i1.1465>.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Pamuji, & Setyami. (2021). *Keterampilan Berbahasa*. Guepedia.
- Parawita, A.F., Amral, S. and Rofii, A. (2025) "Tindak Tutur Ilokusi Asertif dalam Video Live dari Manado: Cinta untuk Negeri pada Acara Mata Najwa (Kajian Pragmatik)," *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(2), p. 308. Available at: <https://doi.org/10.33087/aksara.v9i2.1270>.
- Perloff, R. M. (2020). *The Dynamics Of Persuasion: Communication And Attitudes In The 21st Century* (6th ed.). Routledge.
- Pratiwi, & Karim. (2022). Retorika Pembawa Acara *X Factor Indonesia*. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 8(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyarini, D., dkk. (2020). *Buku Ajar Retorika*. CV. AA Rizky.
- Syamsuddin. (2014). *Ruang Lingkup Retorika*. Academia.edu.
- Wahyuningsih. (2014). *Majas Retorika dalam Iklan Kampanye Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur DKI Jakarta Tahun 2012* (Tesis). Universitas Negeri Padang.