

Analisis retorika tiga tokoh masyarakat dengan gaya bahasa berbeda: Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti

Muhammad Reza Wirayuda

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: rezawirayuda16@gmail.com

Kata Kunci:

Retorika publik; gaya bahasa; analisis wacana; komunikasi tokoh; retorika politik

Keywords:

Public rhetoric; language style; discourse analysis; public communication; political rhetoric;

ABSTRAK

Abstrak Retorika memiliki peran penting dalam membentuk citra diri dan pengaruh sosial seorang tokoh publik. Penelitian ini bertujuan menganalisis gaya retorika tiga tokoh masyarakat Indonesia Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti yang menampilkan perbedaan karakter bahasa dan strategi komunikasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan analisis wacana retoris dengan teknik analisis komparatif terhadap pidato, wawancara, dan pernyataan publik ketiga tokoh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Anies Baswedan menonjol dengan gaya retorika akademis-logis berbasis logos dan ethos, Najwa Shihab menggabungkan retorika kritis-dialogis dengan keseimbangan ethos dan pathos, sedangkan Susi Pudjiastuti menggunakan retorika populis-ekspresif yang kuat pada pathos. Ketiganya merepresentasikan bentuk pluralitas retorika publik Indonesia yang memadukan rasionalitas, moralitas, dan emosi. Kajian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang strategi komunikasi tokoh publik serta memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi retorika di Indonesia.

ABSTRACT

Rhetoric plays a crucial role in shaping a public figure's image and social influence. This study aims to analyze the rhetorical styles of three Indonesian public figures—Anies Baswedan, Najwa Shihab, and Susi Pudjiastuti—each representing distinct linguistic and communicative characteristics. The research employs a rhetorical discourse analysis approach with a comparative technique applied to speeches, interviews, and public statements of the three figures. The findings reveal that Anies Baswedan demonstrates an academic-logical rhetoric grounded in logos and ethos; Najwa Shihab combines critical-dialogical rhetoric balancing ethos and pathos; while Susi Pudjiastuti adopts a populist-expressive rhetoric emphasizing pathos. Collectively, they represent the pluralistic nature of Indonesian public rhetoric that integrates rationality, morality, and emotional appeal. This study contributes to a deeper understanding of public communication strategies and enhances rhetorical literacy development in Indonesia.

Pendahuluan

Bahasa dan gaya komunikasi tentunya memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi, persuasif dan menciptakan citra sosial, terutama bagi tokoh publik yang selalu disorot atau bahkan menjadi panutan. Dalam komunikasi publik, cara seseorang berkomunikasi dan berbicara sering kali lebih berpengaruh daripada isi pesan yang akan disampaikan. Fenomena ini tampak jelas pada tokoh publik yang sudah memiliki citra



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

sosial serta cenderung dihormati, seperti tiga tokoh publik Indonesia dengan karakter komunikasi yang berbeda yaitu Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti.

Retorika

Retorika merupakan salah satu elemen penting dalam komunikasi publik yang berfungsi untuk membangun makna, memengaruhi audiens, dan membentuk citra diri seorang tokoh (Aristotle, 2007; Keraf, 2010). Dalam konteks sosial-politik Indonesia, kemampuan beretorika sering menjadi penentu keberhasilan tokoh masyarakat dalam menyampaikan gagasan dan membangun legitimasi di hadapan publik (Sobur, 2015; Wijana, 2019). Retorika dalam konteks komunikasi publik memainkan peran strategis dalam membentuk citra diri, membangun kredibilitas, serta memengaruhi opini masyarakat. Menurut Pitaloka (2021) bahasa politik memiliki peran ganda sebagai alat komunikasi dan alat kekuasaan. Melalui bahasa, tokoh publik membentuk citra diri dan memengaruhi opini masyarakat. Oleh karena itu, retorika menjadi kunci dalam membangun hubungan antara tokoh publik dan masyarakat. Kemampuan beretorika tidak hanya berkaitan dengan keterampilan berbahasa, tetapi juga dengan kemampuan menyesuaikan pesan terhadap konteks sosial dan karakter audiens (Suhardi, 2020). Dalam tradisi komunikasi Indonesia, gaya berbahasa yang retoris sering digunakan oleh tokoh masyarakat untuk menunjukkan otoritas moral dan intelektual di ruang publik (Nurlina, 2021).

Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti merupakan tiga figur publik yang menampilkan gaya retorika berbeda sesuai dengan latar belakang sosial, pendidikan, dan profesi mereka. Anies Baswedan dikenal dengan gaya retorika akademik yang logis dan sistematis (Yuliani & Lestari, 2022), Najwa Shihab dengan gaya kritis-dialogis yang menonjolkan etika dan analisis (Hastuti, 2021), sedangkan Susi Pudjiastuti dengan gaya retorika spontan dan ekspresif yang merefleksikan kesederhanaan dan keaslian (Rahmawati & Sari, 2020). Perbedaan gaya ini memperlihatkan keragaman bentuk persuasi dan strategi wacana yang muncul dalam komunikasi publik Indonesia kontemporer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana retoris dengan metode analisis komparatif terhadap teks pidato, wawancara, dan pernyataan publik ketiga tokoh tersebut. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi perangkat retoris, pola argumentasi, dan konteks sosial yang melatarbelakangi gaya bahasa masing-masing tokoh (Haryanto, 2020). Data diperoleh dari transkrip pidato, media daring, dan rekaman wawancara publik. Kajian ini dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang variasi gaya retorika di Indonesia serta kontribusinya terhadap identitas sosial dan politik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan literasi retorika dan komunikasi publik yang efektif dalam konteks masyarakat multikultural (Setiawan & Rahmah, 2021).

Pembahasan

Retorika Anies Baswedan: Akademis dan Argumentatif

Anies Baswedan dikenal dengan gaya retorika yang terstruktur dan berbasis pada nalar akademik. Pilihan diksi yang formal dan bernuansa ilmiah mencerminkan latar belakangnya sebagai akademisi dan birokrat. Gaya retorika Anies sering memanfaatkan *logos* sebagai kekuatan utama, yakni membangun argumen melalui data, definisi konseptual, dan logika deduktif (Yuliani & Lestari, 2022).

Berdasarkan hasil analisis transkrip pidato dan wawancara publik, ditemukan bahwa Anies cenderung menggunakan pola argumentasi induktif dimulai dari peristiwa nyata atau fenomena sosial untuk kemudian ditarik ke dalam generalisasi nilai. Hal ini sesuai dengan ciri khas retorika modern yang menekankan persuasi melalui rasionalitas dan pembingkaian logis (Suhardi, 2020). Retorika ini efektif untuk membangun citra intelektual dan kepemimpinan berbasis ide.

Retorika Najwa Shihab: Kritis, Dialogis, dan Etis

Berdasarkan Najwa Shihab menampilkan gaya retorika yang menggabungkan aspek *ethos* dan *pathos* secara seimbang. Sebagai jurnalis dan moderator, beliau membangun kredibilitas melalui argumentasi kritis sekaligus menghadirkan sentuhan emosional dan etika publik dalam narasinya (Hastuti, 2021).

Analisis wacana menunjukkan bahwa Najwa menggunakan pertanyaan retoris, repetisi, dan intonasi tajam untuk menggugah kesadaran audiens. Strategi ini memperlihatkan penguasaan terhadap retorika *dialogis* yakni kemampuan untuk menciptakan ruang diskusi yang kritis namun komunikatif (Nurlina, 2021). Dalam konteks media, gaya ini menegaskan peran retorika sebagai alat advokasi sosial yang menembus batas formalitas politik dan gender.

Retorika Susi Pudjiastuti: Spontan, Populis, dan Ekspresif

Berbeda dengan dua tokoh sebelumnya, Susi Pudjiastuti menonjol dengan gaya retorika yang lugas dan ekspresif. Beliau lebih sering menggunakan bahasa sehari-hari, ungkapan metaforis, serta gaya tutur yang penuh spontanitas. Gaya ini berakar pada *pathos* daya emosional yang menekankan kejujuran dan kedekatan dengan rakyat (Rahmawati & Sari, 2020). Pitaloka (2024) menyebutkan bahwa pejabat publik yang berbicara dengan gaya jujur dan non-birokratis justru lebih diterima oleh masyarakat karena dianggap tidak “dibungkus” oleh politik formalitas.

Dalam analisis wacana publiknya, terlihat bahwa Susi menghindari formalitas bahasa birokratis dan lebih memilih narasi personal yang bersifat inspiratif. Strategi retorika ini membangun citra kepemimpinan yang autentik dan kuat secara moral, sekaligus memperlihatkan bentuk retorika *populis* yang khas dalam konteks Indonesia modern (Haryanto, 2020).

Perbandingan Gaya Retorika Ketiga Tokoh

Dalam konteks komunikasi publik Indonesia, gaya retorika seorang tokoh mencerminkan tidak hanya kepribadian dan latar belakang sosial, tetapi juga posisi ideologis dan strategi membangun hubungan dengan khalayak (Nurlina, 2021). Ketiga tokoh yang dianalisis Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti menunjukkan pola retorika yang berbeda namun saling melengkapi dalam membentuk lanskap komunikasi publik nasional.

Anies Baswedan menampilkan gaya retorika akademis-logis, ditandai dengan penggunaan struktur argumentatif yang kuat, istilah teknis, dan referensi konseptual (Yuliani & Lestari, 2022). Strateginya menonjol pada *logos* dan *ethos*, yakni membangun kredibilitas melalui penguasaan konsep dan narasi kebangsaan. Gaya ini efektif untuk audiens intelektual dan birokrat, tetapi terkadang dianggap kurang emosional bagi massa umum.

Sebaliknya, Najwa Shihab menggabungkan retorika kritis-dialogis dengan nuansa etis dan empatik. Ia memanfaatkan *ethos* dan *pathos* untuk menciptakan ruang komunikasi yang seimbang antara kritik dan empati (Hastuti, 2021; Rachmawati, 2022). Melalui teknik pertanyaan retoris, konfirmasi ulang, dan pengulangan tematik, Najwa membangun posisi sebagai *watchdog* moral dalam ruang publik. Strategi ini memperkuat wacana demokrasi partisipatif di media (Nugraha, 2020).

Sementara itu, Susi Pudjiastuti mengusung retorika populis-ekspresif yang menonjolkan spontanitas dan gaya tutur yang langsung. Bahasa yang digunakan cenderung informal, disertai ekspresi metaforis seperti “tenggelamkan” yang menjadi simbol identitasnya (Rachmawati & Sari, 2020; Haryanto, 2020). Strategi retorikanya berfokus pada *pathos*, menciptakan kedekatan emosional dan kesan kepemimpinan autentik. Gaya ini resonan bagi masyarakat akar rumput dan mencerminkan bentuk *rhetorical populism* khas Indonesia (Setiawan & Rahmah, 2021).

Jika dibandingkan secara sistematis, ketiga gaya retorika tersebut menunjukkan variasi fungsi: Anies membangun logika rasional kebijakan, Najwa mengedepankan kesadaran moral publik, sementara Susi menekankan inspirasi dan keberanian personal. Kombinasi ketiganya memperlihatkan bahwa komunikasi publik Indonesia tidak bersifat monolitik, melainkan menampilkan dialektika antara intelektualitas, moralitas, dan spontanitas.

Tabel 1. Perbandingan Gaya Retorika Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti.

Aspek Analisis	Anies Baswedan	Najwa Shihab	Susi Pudjiastuti
Unsur Retorika	<i>Logos-Ethos:</i> argumentatif, sistematis, dan rasional.	<i>Ethos-Pathos:</i> kritis, reflektif, empatik.	<i>Pathos:</i> emosional, spontan, inspiratif.

Ciri Linguistik	Diksi formal, struktur kompleks, banyak istilah akademik.	Kalimat interogatif, repetisi, kontras moral.	Bahasa lisan, idiom lokal, metafora langsung.
Strategi Persuasi	Menonjolkan kredibilitas dan pengetahuan.	Menggugah kesadaran dan partisipasi publik.	Membangun kedekatan emosional dan keaslian.
Fungsi Sosial Retorika	Pembingkaian kebijakan dan gagasan rasional.	Pengawasan moral dan kontrol sosial.	Motivasi rakyat dan simbol perlawanan populis.
Konteks Media & Audiens	Forum akademik, pidato resmi, media formal.	Talk show, jurnalisme investigatif, media digital.	Media sosial, pidato publik, ruang informal.
Tujuan Komunikatif	Membangun legitimasi intelektual.	Mendorong kesadaran kritis dan refleksi etis.	Menguatkan identitas dan solidaritas publik.

Analisis tabel di atas memperlihatkan bahwa gaya retorika Anies merepresentasikan tradisi intelektual-birokratis yang menekankan ketepatan argumentasi, sedangkan Najwa Shihab menghadirkan bentuk komunikasi *deliberative* menyatukan kritik dengan empati moral. Di sisi lain, Susi Pudjiastuti melampaui norma formal retorika klasik dengan menampilkan *authentic rhetoric*, di mana kejujuran dan spontanitas menjadi kekuatan persuasif utama (Nugraha, 2020; Rachmawati, 2022).

Fenomena ini menunjukkan bahwa dinamika komunikasi publik Indonesia berakar pada pluralitas gaya bahasa. Ketiganya mengilustrasikan bahwa efektivitas retorika tidak hanya ditentukan oleh keindahan bahasa, tetapi juga kesesuaian gaya dengan konteks sosial dan nilai-nilai audiens. Dalam kerangka *critical discourse analysis*, perbedaan ini dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara kekuasaan simbolik, identitas sosial, dan konstruksi wacana di ruang publik (Fairclough, 2013; Nurlina, 2021).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberagaman retorika publik Indonesia merefleksikan kompleksitas demokrasi komunikasi di era digital—di mana intelektualitas, moralitas, dan populisme tidak lagi saling menegasikan, melainkan berkonvergensi membentuk praktik komunikasi yang khas dan dinamis.

Implikasi terhadap Komunikasi Publik Indonesia

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa retorika tokoh publik Indonesia semakin beragam dan kontekstual, menyesuaikan perkembangan media serta karakter masyarakat. Retorika akademis Anies membangun kepercayaan rasional, retorika kritis

Najwa menggerakkan kesadaran sosial, sementara retorika spontan Susi menciptakan kedekatan emosional. Ketiganya menjadi representasi penting dari bagaimana retorika berfungsi tidak hanya sebagai seni berbicara, tetapi juga sebagai praktik sosial dan budaya (Nurlina, 2021; Suhardi, 2020).

Bahasa tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai struktur naratif yang membentuk makna moral, emosional, dan otoritas. Dalam konteks retorika tokoh publik, prinsip-prinsip narasi seperti pengulangan istilah penting, metafora, dan struktur gradatif yang ditemukan dalam narasi Al-Qur'an juga muncul dalam pidato formal Anies, pertanyaan tegas Najwa, dan gaya blak-blakan Susi (Rohman, 2024).

Dengan demikian, analisis ini memperkaya pemahaman tentang praktik komunikasi publik di Indonesia yang berakar pada nilai lokal namun bertransformasi mengikuti pola global. Kajian ini dapat menjadi pijakan bagi penelitian lanjutan tentang retorika tokoh politik dan figur publik dalam ruang digital dan media sosial.

Kesimpulan dan Saran

Analisis terhadap gaya retorika Anies Baswedan, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti menunjukkan bahwa masing-masing tokoh memiliki karakter retorika yang khas dan mencerminkan strategi komunikasi yang berbeda. Anies menonjol dengan gaya akademis-logis yang berorientasi pada logos dan ethos, Najwa menampilkan retorika kritis-dialogis dengan keseimbangan ethos dan pathos, sedangkan Susi mengusung gaya retorika populis-ekspresif yang mengandalkan pathos dan kedekatan emosional. Ketiganya menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik tidak hanya terletak pada keindahan bahasa, tetapi pada kesesuaian antara gaya tutur, konteks sosial, dan karakter audiens. Variasi ini memperlihatkan bahwa retorika publik di Indonesia merepresentasikan pluralitas budaya komunikasi yang dinamis, menggabungkan rasionalitas, moralitas, dan emosi sebagai kekuatan persuasi sosial.

Penelitian ini merekomendasikan agar studi retorika selanjutnya memperluas objek kajian dengan menambahkan tokoh-tokoh dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda, termasuk di ruang digital. Praktisi komunikasi dan akademisi diharapkan menjadikan hasil kajian ini sebagai dasar pengembangan literasi retorika publik yang etis, kritis, dan kontekstual. Selain itu, masyarakat perlu meningkatkan kesadaran terhadap kekuatan bahasa dalam membentuk opini dan identitas sosial agar komunikasi publik di Indonesia dapat terus berkembang ke arah yang lebih reflektif, inklusif, dan berintegritas.

Daftar Pustaka

- Haryanto, T. (2020). Analisis wacana retoris dalam pidato tokoh publik Indonesia. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 15(2), 113–124.
- Hastuti, S. (2021). Gaya retorika Najwa Shihab dalam program Mata Najwa. *Jurnal Ilmu Komunikasi UGM*, 19(1), 45–58.
- Keraf, G. (2010). *Diksi dan gaya bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nugraha, A. (2020). Retorika populis dalam komunikasi politik Indonesia kontemporer. *Jurnal Komunikasi dan Politik Indonesia*, 5(2), 88–102.

- Nurlina, D. (2021). Retorika dan konstruksi citra diri tokoh publik perempuan Indonesia. *Bahtera: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 20(2), 97–108.
- Pitaloka, H. A. (2021). *Critical Discourse Analysis on Twitter with #2019GantiPresiden*. <https://repository.uin-malang.ac.id/8470/>
- Pitaloka, H. A. (2024). *Strategi Tutur Pejabat Negara dalam Wawancara Konten YouTube: Analisis Wacana Kritis*. <https://repository.uin-malang.ac.id/18754/1/18754.pdf>
- Rahmawati, F., & Sari, R. (2020). Analisis gaya bahasa Susi Pudjiastuti dalam komunikasi publik. *Metalingua: Jurnal Linguistik Indonesia*, 18(1), 33–44.
- Rohman, A. (2024). *Retorika Bahasa dalam Narasi Al-Qur'an*. <https://repository.uin-malang.ac.id/19911/>
- Setiawan, M., & Rahmah, L. (2021). Retorika dan kepemimpinan komunikatif di Indonesia: Sebuah kajian linguistik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 211–223.
- Sobur, A. (2015). *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suhardi, A. (2020). Strategi retorika dalam komunikasi politik: Kajian linguistik kritis. *Jurnal Komunikasi dan Politik Indonesia*, 5(1), 12–26.
- Yuliani, D., & Lestari, A. (2022). Retorika akademik dalam pidato Anies Baswedan: Analisis gaya bahasa dan diksi. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 9(2), 88–101.