Science and Education Journal
Vol 5 No 2 (2026)
E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Analisis Retorika Aristoteles Mengenai Isu "Cumi-Cumi Darat" Di Kota Semarang

Vernanda Mahardika Ganeswara[1], Choirul Ulil Albab[2]
[1]Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, vernandaganeswara@gmail.com
[2]Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, ch.ulilalbab@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika isu 'cumi cumi darat' dalam debat publik pertama Pemilihan Wali Kota Semarang. Penelitian ini menganalisis bagaimana masing-masing kandidat menggunakan unsur kredibilitas (ethos), emosi (pathos), dan logika (logos) dalam menanggapi berbagai isu penting di kota, seperti pengelolaan lingkungan dan fenomena emisi transportasi "cumi-cumi darat" menggunakan teori retorika Aristoteles. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis teks retorika terhadap transkrip resmi debat. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan alur persuasi yang radikal di antara kedua belah pihak. Pasangan Calon 01 menerapkan alur teknokratis-struktural (top-down) yang berhulu pada logos berupa rasionalitas fiskal dan data makro guna menopang ethos berbasis phronesis (kebijaksanaan birokrasi) demi menyentuh empati keadilan sosial (pathos). Sebaliknya, Pasangan Calon 02 memilih alur populis-kultural (bottom-up) yang menjadikan pathos sebagai hulu melalui teknik phantasiai (metafora populer) untuk memantik keresahan warga, sebelum mengonversinya menjadi ethos berbasis diligentia (kesungguhan bekerja) dan jaminan politik pusat, lalu ditutup dengan logos praktis berupa lompatan teknologi. Studi ini menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi politik di panggung debat tidak hanya ditentukan oleh keunggulan data mentah, melainkan oleh kecerdasan kandidat dalam menyelaraskan struktur pesan dengan karakteristik psikologis audiens yang disasar, baik kelompok pemilih rasional maupun massa akar rumput.

Kata Kunci: Debat Publik, Retorika Aristoteles, Komunikasi Politik, Pilkada Semarang

Abstract

This study aims to analyze the rhetoric of the "land squid" issue in the first public debate of the Semarang mayoral election. This study analyzes how each candidate uses elements of credibility (ethos), emotion (pathos), and logic (logos) in responding to various important issues in the city, such as environmental management and the phenomenon of "land squid" transportation emissions, using Aristotle's rhetorical theory. A qualitative descriptive method with a rhetorical text analysis approach was applied to the official debate transcripts. The results demonstrate a radical difference in the persuasive flows of both sides. Candidate Pair 01 implemented a technocratic-structural (top-down) flow rooted in logos, fiscal rationality and macro data, to support an ethos based on phronesis (bureaucratic wisdom) to touch upon the pathos of social justice empathy. Conversely, Candidate Pair 02 chose a populist-cultural (bottom-up) flow, positioning pathos at the forefront through phantasiai techniques (popular metaphors) to trigger public concern, before converting it into an ethos based on diligentia (proactive dedication) and central political backing, concluded by a pragmatic logos of technological leaps. This study concludes that the effectiveness of political communication on the debate stage is determined not merely by the superiority of raw data, but by the candidates' cleverness in aligning message structures with the psychological characteristics of the targeted audience, whether rational voters or grassroots masses.

Keywords: *Public Debate, Aristotelian Rhetoric, Political Communication, Semarang Regional Election.*

Corresponding Author:
Vernanda Mahardika Ganeswara

Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, vernandaganeswara@gmail.com

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Debat publik dalam kontestasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) bukan sekadar formalitas tahapan pemilu, melainkan sebuah panggung komunikasi politik yang sangat strategis (Kristina, 2024). Menurut Bahasa et al. (2024), forum ini tidak hanya menghadirkan ruang diskusi ide antar kandidat, tetapi juga menjadi sarana krusial bagi masyarakat untuk menilai kapasitas intelektual, kedalaman pemahaman isu, dan kualitas penyampaian solusi dari para calon pemimpin. Lebih dari itu, debat berfungsi sebagai ruang simbolis di mana konstituen membedah kepribadian, karakter, serta gaya komunikasi politik para kandidat (Naufal et al., 2025). Oleh sebab itu, keberhasilan seorang kandidat dalam memenangkan persepsi publik tidak hanya ditentukan oleh kualitas gagasan mentah yang dibawa, melainkan oleh keterampilan retorika dalam mengemas pesan, memilih diksi yang tepat, serta menampilkan performa komunikasi yang mampu meyakinkan audiens (Novianti et al., n.d.).

Dalam koridor studi komunikasi klasik, efektivitas persuasi di ruang publik ini dapat dibedah secara tajam melalui teori retorika Aristoteles (Qatrun et al., 2023). Konseptualisasi Aristoteles menekankan bahwa retorika bukanlah sekadar seni olah kata yang kosong, melainkan kemampuan untuk melihat alat persuasi yang tersedia dalam setiap situasi khusus (Azahra). Teori ini bertumpu pada tiga pilar utama (trias retorika), yakni ethos, pathos, dan logos (Ramadhan & Hasfi, n.d.). Ethos menekankan pada proyeksi kredibilitas, karakter, dan integritas personal pembicara agar dipercaya oleh pendengar. Pathos menitikberatkan pada kemampuan menyentuh dan mengendalikan disposisi emosional audiens guna membangkitkan empati, kemarahan, atau harapan. Sementara itu, logos merujuk pada kekuatan logika, data, serta argumentasi rasional yang menyusun struktur pesan itu sendiri. Apabila ketiga elemen ini digunakan secara seimbang dan kontekstual, pesan politik yang disampaikan akan memiliki daya persuasi yang tinggi dan efektif dalam membangun legitimasi di mata masyarakat (Aritonang, 2018).

Pada Debat Pemilihan Wali Kota (Pilwakot) Semarang 2024, dinamika trias retorika ini mewujud secara gamblang ketika para kandidat merespons isu-isu lokal yang krusial. Salah satu isu yang memantik diskusi paling hangat dan menjadi batu uji retoris para paslon adalah persoalan yang dikenal publik dengan istilah "cumi-cumi darat". Julukan peyoratif tersebut disematkan oleh masyarakat pada bus Trans Semarang, moda transportasi umum andalan kota, lantaran armada tersebut kerap mengeluarkan kepulan asap hitam pekat dari knalpotnya menyerupai semburan tinta seekor cumi-cumi. Fenomena ini telah menimbulkan keresahan akut di tengah masyarakat. Selain mengganggu kenyamanan fisik pengguna jalan secara langsung, polusi visual dan udara ini menambah beban pencemaran lingkungan yang semakin mengkhawatirkan di kawasan perkotaan Semarang.

Persoalan emisi bus Trans Semarang ini pada dasarnya merefleksikan kritik yang lebih luas terhadap tata kelola transportasi publik yang dinilai belum optimal. Kondisi armada yang tidak terawat dan masih menghasilkan emisi tinggi dianggap oleh publik sebagai cerminan konkret dari lemahnya perhatian pemerintah daerah terhadap standar lingkungan hidup. Padahal, jika menelisik fungsi idealnya, transportasi umum semestinya hadir sebagai alternatif yang ramah lingkungan, mampu mengurai kemacetan sistemik, dan mendukung terciptanya kualitas udara perkotaan yang lebih sehat (Wahyuningsih, 2021; Afandi et al., 2025). Akibatnya, isu asap hitam ini berkembang menjadi masalah multidimensional yang menyentuh aspek sosial, kesehatan, serta lingkungan hidup sekaligus.

Secara ekologis dan kesehatan, keberadaan bus yang menimbulkan asap hitam turut memperparah kondisi udara perkotaan yang sebelumnya sudah tertekan oleh tingginya populasi kendaraan bermotor pribadi (Astuti et al., n.d.). Masyarakat merasa dirugikan karena paparan emisi berbahaya tersebut memicu risiko penyakit pernapasan akut. Dari sudut pandang sosial-ekonomi, fenomena "cumi-cumi darat" ini merusak citra transportasi publik yang dicanangkan sebagai fasilitas modern, hemat, dan higienis, sehingga memicu

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

skeptisisme warga untuk beralih dari kendaraan pribadi. Respons kritis masyarakat yang masif, baik melalui kanal resmi seperti aplikasi 'LaporGub' maupun diskursus digital di berbagai platform media sosial menunjukkan tingkat partisipasi dan kesadaran publik yang tinggi terhadap hak atas pelayanan publik yang layak (Afandi et al., 2025).

Fenomena berkembangnya isu "cumi-cumi darat" di ruang publik juga menunjukkan bahwa media dan saluran komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran masyarakat terhadap suatu kebijakan maupun pelayanan publik. Albab, Hidayat, dan Basori (2022) menjelaskan bahwa proses penyebaran informasi melalui media massa dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memahami dan merespons perubahan sosial maupun kebijakan publik, terutama ketika isu tersebut berkaitan langsung dengan kepentingan sehari-hari masyarakat. Dalam konteks Kota Semarang, penyebutan istilah "cumi-cumi darat" yang terus beredar di media sosial dan ruang diskusi publik memperlihatkan bagaimana simbol atau metafora populer dapat memperkuat persepsi kolektif masyarakat terhadap kualitas layanan transportasi publik.

Dalam konteks debat politik, krisis legitimasi tata kelola ini bertransformasi menjadi instrumen politik yang seksi. Isu "cumi-cumi darat" menjadi panggung bagi para kandidat untuk mendemonstrasikan keahlian retorikanya dalam menyeimbangkan ethos, pathos, dan logos. Sebagai contoh, kandidat Yoyok Sukawi memanfaatkan fenomena ini sebagai simbol kegagalan inkumben dalam menjaga kualitas layanan. Melalui narasi yang menyentuh keresahan warga (pathos) dan menawarkan solusi konkret berupa transisi ke moda transportasi listrik yang berkelanjutan melalui visi "Semarang Ijo Royo-royo" (logos), Yoyok berusaha membangun kredibilitas politiknya (ethos). Sebaliknya, kandidat Agustina Wilujeng menggunakan pendekatan retorika yang berbeda, dengan menggeser fokus argumen pada aspek manajemen operasional dan efektivitas sistem makro guna mengurai beban kerja mesin bus yang memicu polusi.

Perbedaan strategi komunikasi kedua kandidat dalam mengartikulasikan problem "cumi-cumi darat" ini menegaskan bahwa sebuah realitas teknis lapangan dapat dibingkai secara bervariasi melalui pilihan retorika. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana elemen ethos, pathos, dan logos diproduksi, diintegrasikan, dan dipertentangkan oleh para calon Wali Kota Semarang dalam debat publik tersebut. Melalui penerapan retorika Aristoteles, studi ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana isu lingkungan hidup dan pelayanan publik dikonstruksi menjadi komoditas politik persuasif yang mampu memengaruhi persepsi dan pilihan rasional maupun emosional pemilih.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis untuk memahami secara mendalam makna, strategi, dan pola komunikasi kandidat dalam konteks debat politik tanpa mengukur variabel secara kuantitatif (Hapsari et al., 2025). Melalui pendekatan ini, peneliti mengkaji bagaimana penggunaan bahasa, susunan argumen, dan penerapan retorika oleh Yoyok Sukawi dan Agustina Wilujeng berperan dalam membentuk citra politik serta merespons isu "cumi-cumi darat" (polusi bus Trans Semarang). Jenis deskriptif dipilih untuk menghadirkan gambaran utuh mengenai bagaimana praktik retorika politik, gaya berbicara, dan pembingkaian pesan selama debat publik Pilwakot Semarang 2024 berkontribusi terhadap pembentukan persepsi serta kepercayaan masyarakat.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pasca-penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Semarang tahun 2024, dengan proses pengumpulan dan analisis data yang berlangsung selama tiga bulan, terhitung sejak Januari hingga Maret tahun 2026. Karena

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

penelitian kualitatif ini berbasis pada objek material digital berupa rekaman dan dokumen tertulis, tempat pelaksanaan penelitian secara fisik berpusat di ruang kerja peneliti yang berlokasi di Provinsi Jawa Barat. Namun demikian, latar sosiopolitis yang menjadi lokus ruang dan basis pemaknaan kontekstual data secara mutlak tetap berfokus pada wilayah administratif Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, sebagai tempat terjadinya debat publik resmi tersebut.

Target, Sasaran, dan Subjek Penelitian

Subjek utama dalam penelitian ini adalah para calon Wali Kota Semarang yang berkontestasi dalam debat publik Pemilihan Kepala Daerah tahun 2024, yaitu Yoyok Sukawi dan Agustina Wilujeng sebagai aktor sentral penutur gagasan (Changara, 2013). Sasaran atau target penelitian difokuskan secara spesifik pada unit fragmen tuturan, pilihan diksi, argumentasi, serta perilaku komunikasi nonverbal kedua kandidat yang merepresentasikan respons mereka terhadap isu penataan transportasi publik dan lingkungan. Teknik penentuan subjek menggunakan metode sampel bertujuan (purposive sampling), di mana subjek beserta unit analisis datanya dipilih secara sengaja karena memiliki relevansi dan kapasitas penuh dalam menjawab rumusan masalah terkait penerapan trias retorika.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dijalankan melalui serangkaian tahapan sekuensial yang diawali dengan identifikasi masalah untuk melacak isu lokal paling sensitif di media massa Kota Semarang sepanjang tahun 2024. Setelah menetapkan istilah "cumi-cumi darat" pada bus Trans Semarang sebagai pembatasan fokus, peneliti mengunduh rekaman resmi debat publik dari kanal digital KPU Kota Semarang dan mengonversinya menjadi transkrip tekstual verbal. Langkah berikutnya adalah melakukan analisis data berupa kodifikasi dan klasifikasi tuturan serta tindakan nonverbal kandidat ke dalam kategori ethos, pathos, dan logos, yang diteruskan dengan interpretasi mendalam mengenai makna politik di balik retorika tersebut, hingga ditutup dengan penarikan kesimpulan akhir.

Data dan Instrumen Penelitian

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer yang berwujud data verbal berupa teks transkrip pernyataan kandidat serta data nonverbal berupa catatan visual gestur dan intonasi saat memperdebatkan isu bus Trans Semarang, sedangkan data sekunder mencakup berita media daring dan aduan aplikasi 'LaporGub' sebagai penguat konteks sosiopolitis. Instrumen utama dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berperan penuh dalam merencanakan, mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Untuk mendukung objektivitas kerja instrumen utama, peneliti menggunakan instrumen bantu berupa lembar kodifikasi retorika Aristoteles (coding sheet), perangkat komputer, dan jaringan internet.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dokumentasi dan observasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara menghimpun, menelaah, dan mencatat dokumen digital berbentuk teks maupun audiovisual yang relevan dengan objek penelitian (Changara, 2013). Proses dokumentasi ini direalisasikan dengan mengumpulkan empat sumber data, yaitu rekaman video resmi debat publik Pilwakot Semarang 2024 sebagai data utama pengamatan gaya komunikasi, transkrip tekstual tuturan debat untuk menelusuri pilihan diksi kandidat terkait isu "cumi-cumi darat", artikel berita daring untuk melihat pembingkaian media, serta publikasi resmi dari KPU Kota Semarang dan unggahan media sosial terkait sebagai data pendukung. Observasi dilakukan secara berulang-ulang terhadap tayangan siaran ulang debat di kanal resmi KPU Kota Semarang guna menangkap makna di balik tindakan dan ucapan subjek penelitian. Selama proses pengamatan, peneliti memusatkan perhatian

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

pada bahasa tubuh nonverbal kandidat saat merespons isu "cumi-cumi darat", gaya berbicara beserta intonasi suara, serta dinamika interaksi antarcalon, yang seluruhnya kemudian dikorelasikan dengan hasil transkrip verbal untuk melihat keselarasan pesan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menerapkan teori retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) dengan mengadopsi model analisis kualitatif dari Sugiyono (2023) yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, peneliti menyaring data tuturan dan perilaku yang relevan dengan isu "cumi-cumi darat" serta mengeliminasi data luar yang tidak berkaitan. Selanjutnya, pada tahap penyajian data, hasil reduksi disusun secara deskriptif-naratif ke dalam kategori ethos (kredibilitas diri), pathos (sentimen emosional polusi), dan logos (argumen rasional tata kelola armada). Akhirnya, peneliti melakukan interpretasi mendalam terhadap temuan tersebut, memverifikasinya melalui triangulasi sumber (video, transkrip, dan berita), hingga menghasilkan kesimpulan penelitian yang sahih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap transkrip debat Pilkada Kota Semarang ini mengungkap adanya benturan paradigma yang kontras antara Pasangan Calon 01 dan Pasangan Calon 02 di setiap segmennya. Paslon 01 secara konsisten mengadopsi pendekatan teknokratis-struktural yang menekankan pada data makro, perencanaan berbasis tata kelola formal, serta strategi preventif seperti "Diplomasi Air" dan pemberdayaan komunitas untuk menyelesaikan masalah mendasar kota. Sebaliknya, Paslon 02 secara dominan mengonstruksi argumennya melalui pendekatan populis-kultural yang memanfaatkan identitas lokal ("Bocahe Dewe"), metafora persuasif seperti "cumi-cumi darat", serta jaringan politik pusat guna menawarkan solusi kuratif langsung yang menyentuh ekonomi mikro dan jaring pengaman sosial masyarakat.

Tabel 1. Perbandingan Retorika Paslon 1 dan Paslon 2

Segmen	Paslon 1	Paslon 2
Segmen 1: Visi – Misi	"Kota Semarang sejak zaman dulu adalah kota perdagangan dan jasa. Posisinya menjadi hub kawasan industri, perkebunan, dan perikanan di 34 kabupaten/kota. Memiliki pelabuhan, bandara, stasiun kereta, dan potensi wisata alamnya memiliki perbukitan, sungai, pantai, dan laut. Laju ekonomi tahun 2023 adalah 5,79, lebih tinggi dari laju ekonomi nasional yang hanya 5,02."	"Saya lahir, tumbuh besar, dan telah mengabdi di DPRD Kota Semarang. Kami berdua ini adalah Bocahe Dewe, cah Semarang asli. Kota Semarang adalah rumah kami, sehingga kami berdua memiliki komitmen untuk membawa Kota Semarang menjadi kota metropolitan yang maju, bermartabat, berkelanjutan, dengan semangat kolaboratif."
Segmen 2: Infrastruktur dan Daya Saing Ekonomi	"Yang pertama, menarik sekali penciptaan SDM unggul dengan sekolah gratis keseluruhan. Berarti miskin dan kaya semuanya gratis. Itu berarti ada 300 miliar yang akan dipakai, dan saya kira tidak ada asas keadilan karena tentu harusnya kan subsidi silang."	Konteks Pendidikan: "Kita harus optimis. Kita ingat pada saat Bapak Sukawi Sutarip menjadi Walikota Semarang, Kota Semarang sudah gratis SD SMP, gratis total. Artinya pada saat itu pemerintah Kota Semarang mau untuk menggratiskan sekolah, dan sekarang belum gratis sehingga kami optimis." Konteks Lingkungan: "Bus-bus Trans Semarang yang saat ini masih menggunakan mesin diesel dan sering kita sebut sebagai 'cumi-cumi darat' karena asap hitamnya, akan kita ganti secara bertahap menjadi bus bertenaga listrik atau electric bus."
Segmen 3: Strategi Metropolitan dan	"Strategi kami adalah melakukan 'Diplomasi Air' atau kerja sama antar daerah.	"...jangan sampai warga kita hanya jadi penonton di rumah sendiri." (Didukung

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Segmen	Paslon 1	Paslon 2
Mitigasi Bencana	Pemerintah Kota Semarang harus duduk bersama dengan Pemerintah Kabupaten Semarang dan Provinsi Jawa Tengah untuk menjaga wilayah tangkapan air di atas."	penekanan bahwa kemajuan kota bukan sekadar tentang gedung yang tinggi melainkan "dompet rakyat yang berisi").
Segmen 4: Tanya Jawab	Kota Tangguh dan Mitigasi Bencana: "Masyarakat harus tahu apa yang harus dilakukan saat tanda-tanda bencana muncul, sehingga zero victim atau nol korban jiwa bisa tercapai. Yang kedua, kami akan memperkuat komunitas basis melalui Kampung Tangguh Bencana. Kami akan berikan insentif dan pelatihan bagi relawan di tiap RW." Sarana Olahraga: "Dan kalau dipaksakan 16 titik, anggaran kita akan tersedot habis hanya untuk urusan hobi olahraga tertentu. Padahal, warga di kampung-kampung lebih butuh perbaikan saluran air, butuh penerangan jalan..."	Kota Tangguh dan Mitigasi Bencana: "Oleh karena itu, program Semarang Ngopeni kami akan hadir untuk memberikan asuransi bencana bagi warga yang terdampak. Jadi, bukan hanya sekadar dilatih evakuasi, tapi negara hadir memberikan ganti rugi atau bantuan perbaikan rumah yang cepat saat mereka terkena musibah." Sarana Olahraga: "Bagian mengoptimalkan APBD, kami memiliki jaringan yang kuat di tingkat pusat. Kami ini 'Bocahe Pak Prabowo'. Sinergi antara pemerintah kota dan pemerintah pusat akan memudahkan kita menarik anggaran kementerian..."
Segmen 5: Tanya Jawab Antar Calon Wakil	"Persoalan lingkungan tidak mengenal batas. Persoalan lingkungan melewati batas Kabupaten Semarang, Kabupaten Kendal, Grobogan. Itu akan membawa dampak negatif bagi Kota Semarang apabila kita tidak mampu untuk berkomunikasi dengan pemerintah daerah yang lain."	"TPT (Tingkat Pengangguran Terbuka) Kota Semarang sebesar 5,99%, paling tinggi dibandingkan Jawa Tengah, Nasional, maupun Kota Surakarta. PDRB per kapita sebesar 146,7 juta per tahun, lebih rendah dibandingkan Kota Surabaya."
Segmen 6: Penutup	Agustina Wilujeng: "Pariwisata akan menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang pesat. Jika Bandung adalah Paris van Java, maka Kota Semarang adalah Venice van Java." Iswar Aminuddin: "Pemerintah harus menjadi garda terdepan menciptakan tata kelola yang baik, mendengar aspirasi masyarakat, dan mengelola sumber daya dengan bijaksana..."	Yoyok Sukawi: "Yaitu program Sekolah Gratis untuk siswa SD, SMP, MI, MTS, baik negeri maupun swasta; madrasah akan kita gratiskan semua. Program beasiswa di semua tingkatan akan kami perbanyak..." Joko Santoso (Pantun): "..Yen pengen maju bermartabat, Kutane pilih Yoyok-Joss bocahe dewe..."

Secara konseptual, dinamika dialektika dari Segmen 1 hingga Segmen 6 ini menegaskan bahwa kedua paslon berupaya memenangkan simpati publik melalui formulasi legitimasi yang berbeda. Paslon 01 menawarkan arah pembangunan masa depan yang visioner dan multidimensi (seperti proyeksi pariwisata "Venice van Java") dengan fokus pada rasionalitas fiskal dan penguatan kelembagaan yang terukur. Di sisi lain, Paslon 02 lebih mengedepankan optimisme politik yang pragmatis melalui serangkaian janji bantuan material langsung, seperti sekolah gratis total dan asuransi bencana yang dibungkus secara luwes lewat simbol-simbol kedekatan kultural daerah, menciptakan diferensiasi yang tajam dalam potret kepemimpinan yang ditawarkan kepada konstituen Kota Semarang.

Dialektika mengenai isu pelayanan publik, ketahanan lingkungan, dan transportasi dalam Debat Pemilihan Wali Kota Semarang, khususnya fenomena emisi kendaraan yang diistilahkan sebagai "cumi-cumi darat", bukan sekadar pertukaran data teknis operasional. Jika dibedah menggunakan pemikiran klasik Aristoteles, debat ini merupakan panggung artikulasi politik yang sarat akan muatan retoris. Aristoteles mendeskripsikan retorika sebagai kemampuan untuk menemukan metode paling tepat untuk memengaruhi audiens dalam situasi tertentu.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Dalam panggung perdebatan ini, kedua pasangan calon tidak sekadar menyampaikan program kerja, melainkan merajut elemen kredibilitas (ethos), emosi (pathos), dan penalaran rasional (logos) menjadi sebuah strategi persuasi. Kendati membahas objek permasalahan yang sama, kedua paslon mengonstruksi alur retorika yang saling bertolak belakang untuk membentuk citra diri kandidat dan menarik simpati pemilih.

Konstruksi Retorika Teknokratis Struktural Agustina Wilujeng – Iswar Aminuddin (Paslon 01)

Pasangan Calon 01, Agustina Wilujeng dan Iswar Aminuddin, membangun alur komunikasi politik yang bergerak dari atas ke bawah (top-down). Alur ini berakar kuat pada pengalaman legislasi, kematangan birokrasi, serta pendekatan manajerial pemerintahan yang formal dan terstruktur. Dalam mengurai setiap permasalahan kota, Paslon 01 secara konsisten menempatkan dimensi logos sebagai hulu atau pintu masuk utama argumen mereka sebelum menyentuh aspek-aspek lainnya.

Dimensi logos atau penalaran rasional Paslon 01 dibangun melalui pola enthymeme yang berbasis pada logika matematika anggaran dan fakta operasional makro. Ketika mengkritisi program rivalnya, Agustina tidak menggunakan sentimen emosional, melainkan menyodorkan kalkulasi estimasi kebutuhan anggaran yang riil antara Rp300 miliar hingga Rp450 miliar untuk menguji validitas fiskal kebijakan. Logika linear yang serupa juga diterapkan dalam mendiagnosis fenomena "cumi-cumi darat" pada armada Trans Semarang. Paslon 01 memandang kepulan asap hitam tersebut melalui kacamata manajemen operasional; emisi pekat muncul karena adanya ketidakseimbangan beban kerja mesin akibat kurangnya jumlah armada yang beroperasi. Oleh karena itu, argumen rasional yang ditawarkan sebagai solusi adalah efisiensi manajerial melalui penambahan jumlah bus guna mengurai beban mekanis kendaraan.

Rasionalitas teknis yang kuat ini secara langsung menopang konstruksi ethos atau kredibilitas Paslon 01 yang bersandar pada dimensi phronesis (kebijaksanaan praktis). Melalui penyampaian yang formal, tenang, dan tertata, mereka memproyeksikan citra sebagai seorang administrator publik dan legislator yang teliti. Karakter kepemimpinan yang berwibawa ini diperkuat oleh dinamika non-verbal yang defensif-edukatif, mimik wajah yang serius, serta pilihan atribut visual berupa Batik Semarangan. Kombinasi ini secara simbolis menegaskan bahwa mereka adalah figur yang memahami seluk-beluk tata kelola pemerintahan dan memiliki kedekatan terhadap identitas kultural lokal secara mapan.

Setelah fondasi logika dan kredibilitas birokrasi terbangun, Paslon 01 melengkapi alurnya dengan menyentuh dimensi pathos atau himbauan emosional. Berbeda dengan gaya populis yang meledak-ledak, pathos dalam narasi Agustina-Iswar dikonstruksi dalam bentuk empati struktural dan tanggung jawab sosial. Mereka menggugah emosi dan kesadaran afeksi publik melalui isu keadilan sosial, seperti pentingnya mempertahankan mekanisme subsidi silang agar hak masyarakat miskin tidak terpinggirkan. Pada isu lingkungan, emosi audiens disentuh dengan cara memosisikan masalah polusi sebagai ancaman nyata bagi kualitas hidup dan kesehatan jangka panjang warga Semarang. Strategi ini secara cerdas mengubah perdebatan teknis menjadi sebuah narasi moral tentang kewajiban negara dalam memberikan perlindungan dan menjamin hak hidup sehat bagi setiap warganya.

Konstruksi Retorika Populis Kultural Yoyok Sukawi – Joko Santoso (Paslon 02)

Sangat kontras dengan rivalnya, Pasangan Calon 02, Yoyok Sukawi dan Joko Santoso, mengonstruksi alur komunikasi politik yang bergerak dari bawah ke atas (bottom-up). Mereka memilih jalan retorika yang populis, pragmatis, dan energetik dengan tujuan meruntuhkan sekat-sekat kekakuan birokrasi. Alur persuasi Paslon 02 tidak dimulai dari angka-angka makro, melainkan sengaja dihulu dari dimensi pathos untuk memantik keterikatan emosional massa secara instan.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Pemanfaatan pathos secara masif ini dimanifestasikan melalui teknik phantasiai, yaitu kemampuan untuk memicu stimulasi imajinasi mental audiens. Yoyok Sukawi secara lihai mempopulerkan metafora unik "cumi-cumi darat" untuk mempersonifikasikan bus Trans Semarang bermesin diesel. Istilah yang akrab di telinga masyarakat akar rumput ini terbukti sangat efektif untuk mengubah isu lingkungan yang abstrak menjadi visualisasi polusi yang mengganggu kenyamanan hidup sehari-hari. Penggunaan metafora ini secara psikologis berhasil membangkitkan indignatio (rasa tidak puas kolektif) warga terhadap kualitas pelayanan publik saat ini. Isu teknis transportasi pun bertransformasi menjadi sebuah pathema—sebuah stimulus emosional yang menyentuh sisi kemanusiaan terdalam terkait kerinduan warga akan udara bersih dan kenyamanan kota.

Keresahan emosional yang berhasil dipantik di tingkat akar rumput kemudian dijadikan landasan oleh Paslon 02 untuk membangun ethos atau kredibilitas mereka. Berbeda dengan pendekatan formal kompetitornya, kredibilitas Paslon 02 diproyeksikan melalui dimensi diligentia, yakni kesungguhan, komitmen kerja keras, dan sikap proaktif di lapangan. Citra pemimpin modern, dinamis, dan tidak kaku ini diperkuat secara visual melalui penggunaan jaket denim yang secara spesifik menyasar psikologis kelompok pemilih muda atau Gen-Z. Lebih jauh lagi, mereka melakukan transfer kredibilitas politik dari level makro ke daerah dengan menegaskan identitas kelompok sebagai "Bocahe Pak Prabowo". Penegasan ini berfungsi sebagai jaminan politik (political alignment) untuk meyakinkan publik bahwa kendala finansial daerah dapat diatasi melalui akses langsung ke anggaran pemerintah pusat.

Alur retorika Paslon 02 ini ditutup dengan penyajian dimensi logos yang dikemas dalam bentuk rasionalitas praktis dan solutif. Setelah emosi audiens digugah oleh narasi "cumi-cumi darat", Yoyok-Joko langsung menawarkan lompatan teknologi berupa rencana transisi energi menuju penggunaan electric bus (bus listrik) secara bertahap. Logika yang dibangun sengaja dibuat linear, sederhana, dan berorientasi pada hasil akhir yang diinginkan konstituen: jika bus diesel yang berasap hitam diganti dengan bus listrik, maka polusi udara di jalanan Kota Semarang otomatis akan lenyap. Struktur pesan ini mengoptimalkan efek recency, di mana solusi futuristik dan janji jaring pengaman sosial, seperti sekolah gratis total dan asuransi bencana, diletakkan di bagian akhir debat agar menjadi informasi prima yang paling membekas dalam ingatan para pemilih.

SIMPULAN

Debat Pilkada Kota Semarang menunjukkan benturan paradigma komunikasi yang radikal melalui pemanfaatan instrumen retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos). Kedua paslon membuktikan bahwa isu daerah yang sama dapat dikemas menjadi narasi politik yang bertolak belakang tergantung pada cara merajut elemen persuasi tersebut.

Paslon 01 (Agustina-Iswar) menerapkan alur teknokratis-struktural (top-down). Argumennya berhulu pada logos (rasionalitas fiskal dan data makro) yang menopang ethos berbasis phronesis (kebijaksanaan birokrasi) untuk membangun citra pengelola kota yang teliti. Pendekatan pathos mereka menyentuh empati struktural terkait keadilan sosial, subsidi silang, dan kewajiban moral negara dalam menjamin kesehatan publik.

Sebaliknya, Paslon 02 (Yoyok-Joss) memilih alur populis-kultural (bottom-up). Mereka menjadikan pathos sebagai hulu persuasi melalui teknik phantasiai (metafora "cumi-cumi darat") dan jargon "Bocahe Dewe" untuk memantik keresahan kolektif warga. Keresahan ini dikonversi menjadi ethos berbasis diligentia (kesungguhan bekerja) dan jaminan politik pusat ("Bocahe Pak Prabowo"), lalu ditutup dengan logos praktis berupa lompatan teknologi bus listrik. Secara teoretis, debat ini membuktikan bahwa efektivitas komunikasi politik bergantung pada keselarasan struktur pesan dengan psikologis massa. Paslon 01 unggul dalam mengonsolidasikan pemilih rasional yang menginginkan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

keberlanjutan tata kelola yang sistematis, sedangkan Paslon 02 berhasil merangkul pemilih grassroots dan generasi muda yang menghendaki perubahan cepat, aplikatif, dan penuh optimisme.

REFERENSI

Afandi, F., Khairina, E., Dompak, T., & Negara, A. (2025). Strategi Optimalisasi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Transportasi Umum. Jurnal Progress Administrasi Publik (Jpap), 5(1), 39–45.

Albab, C. U., Hidayat, M. N., & Basori, M. H. (2022). The migration from analog to digital television. Jurnal Audience, 5(2), 238–249.

Aritonang, A. I. (2018). Gaya Retorika Pasangan Kandidat Cagub & Cawagub Dki Dalam Debat Politik. Jurnal Komunikatif, 7(2).

Astuti, R. S., Kristanto, Y., Aden, D., Nuha, N., & Soedarto, J. H. (n.d.). Public Value Pengguna Moda Transportasi Bus Rapid Transit (BRT) Kota Semarang.

Azahra, F. N., & Prameswari, K. D. (2022). Analisis Retorika Aristoteles Terhadap Konten Unggahan Instagram: Jakarta Vegan Guide. 7(3).

Bahasa, J., Budaya, D., Dama, Y., Fatimah Tuzzahra Bachri, S., Salsabilah Murad, P., Zain, M., Minasi, S., & Rajak, J. (2024). Analisis Retorika Anies Baswedan Dalam Mengangkat Isu Pendidikan Di Indonesia Pada Debat Calon Presiden Pemilu Tahun 2024. 15(1).

Changara, H. (2013). Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers.

Hapsari, N. E., Fatinova, D., & Ardan, F. (2025). Analisis Komunikasi Persuasif Capres 2024 Dalam Debat Kpu (Kajian Retorika Aristoteles). Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 5(1), 165–175. https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.652

Kristina, D. (2024). Komunikasi Persuasif Calon Legislatif Perempuan Pada Kampanye Pemilu 2024 (Studi Fenomenologi Pada Caleg Perempuan Di Jawa Barat). 6(1). https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i1

Naufal Aziz, M., Dwi Anggoro, A., Lestarini, N., & Ponorogo, U. M. (2025). Analisis Retorika Politik Dalam Debat Publik Kedua Calon Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Ponorogo Tahun 2024. Religion Education Social Laa Roiba Journal, 7(9), 2803. https://doi.org/10.47476/reslaj.v7i9.8713

Novianti, R., Rabi'ul Muzammil, A., & Syahrani, A. (n.d.). Kajian Retorika Calon Bupati Dan Wakil Bupati Dalam Debat Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kapuas Hulu 2020.

Qatrun Nada, Z., Riyadi, A., Hilmi, A., & Khoirotun Nisa, P. (2023). Studi Analisis Pidato Prabowo Dan Ganjar Di TV Nasional. Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial Retorika Dan Publisitas Politik, 10(5).

Ramadhan, N., & Hasfi, N. (n.d.). Analisis Retorika Narasi Anies Baswedan Terkait Pemindahan Ibu Kota Negara Di Youtube @Aniesbaswedan.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (5th Ed.). Alfabeta.

Wahyuningsih, I. (2021). Analisis Wacana Kritis Pada Debat Pilwakot Surakarta Putaran Kedua Tahun 2020. Estetik: Jurnal Bahasa Indonesia, 4(1), 17. https://doi.org/10.29240/estetik.v4i1.2197