

**HASIL
PENELITIAN/
PEMIKIRAN YANG
DIDOKUMENTASI-
KAN
DI
PERPUSTAKAAN**

LAPORAN AKHIR

HIBAH FUNDAMENTAL

No: 21/LA/SP2H/PDSTRL/LPPM-UKP/III/2013



Telah terdaftar sebagai koleksi
Perpustakaan UK Petra
No. 808-5 . Lim R
Surabaya, 15 - 6 - 2015

**RETORIKA PIDATO SUSILO BAMBANG
YUDHOYONO DAN BARACK OBAMA
SEBAGAI CAPRES PETAHANA**
(Kajian Retorika Banding Rancang-bangun Teks Pidato Politik)

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Liem Satya Limanta, S.S., M.A. (NIDN: 0713087002)

Dr. Samuel Gunawan, M.A. (NIDN: 0008055202)

Dra. Leniwati Slamet, M.A. (NIDN: 0717126201)

Dibiayai oleh: Kopertis Wilayah VII, Jawa Timur, Kementerian Pendidikan Nasional
Tahun Anggaran 2013

Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian
Nomor: 082/SP2H/PDSTRL/K7/11/2013 tanggal 15 Pebruari 2013

**Universitas Kristen Surabaya
Desember 2013**

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN FUNDAMENTAL

Judul Penelitian : Retorika Pidato Susilo Bambang Yudhoyono Dan Barack Obama
Sebagai Capres Petahana (Kajian Retorika Banding Rancang-
bangun Teks Pidato Politik)

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 521/ Ilmu Linguistik

Ketua Peneliti:
Nama Lengkap : Liem Satya Limanta, S.S.,M.A.
NIDN : 0713087002
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Sastra Inggris
Nomor HP : 08885523617
Alamat surel (e-mail) : satya@peter.petra.ac.id

Anggota (1):
Nama Lengkap : Dr. Samuel Gunawan, M.A.
NIDN : 0008055202
Perguruan Tinggi : Universitas Kristen Petra

Anggota (2):
Nama Lengkap : Dra. Lenivati Slamet, M.A.
NIDN : 0717126201
Perguruan Tinggi : Universitas Kristen Petra
Lama Penelitian Keseluruhan : 1 tahun
Penelitian Tahun Ke : 1(satu)
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp.32. 000.000

Surabaya, 09 Desember 2013

Mengetahui,
Dekan



Ketua

(Liem Satya Limanta, S.S.,M.A.)
97-036

Menyetujui,

Kepala Lembaga Penelitian
dan Pengabdian kepada Masyarakat



RINGKASAN

Penelitian ini menganalisis, memaparkan, dan memperbandingkan secara deskriptif kualitatif gaya-gaya retorika kampanye kedua subjek – Susilo Bambang Yudhoyono dan Barack Obama sebagai capres petahana – berdasarkan kerangka teori retorika rancang-bangun teks yang diperkuat dengan teori semiotika sosial dan teori-teori bicara publik yang dibangun untuk penelitian ini. Berdasarkan kerangka semiotika sosial, penelitian mendalami seperangkat pilihan-pilihan yang merupakan gaya masing-masing subjek yang menghasilkan ciri-ciri khas masing-masing dalam hal pilihan idea sentral, gagasan-gagasan utama; pilihan bentukan-bentukan lingual dan stilistik; pilihan greget bunyi, peranti bunyi, dan sarana amplifikasi bunyi; serta pilihan unsur dari segitiga retorik dari pidato kampanye kedua subjek yang disoroti berdasarkan bacaan retorik pertama yang berfokus pada rhetor, teks, dan audiens, serta bacaan retorik kedua yang menyoroti konteks sosial budaya dan politik di mana teks-teks tersebut tersematkan. Hasil penelitian menunjukkan beberapa perbedaan mendasar pada pola retorika kedua subjek yang dikaji. Pidato-pidato Barack Obama (BO) cenderung memanfaatkan perangkat-perangkat retorik lebih banyak ketimbang pidato-pidato Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Berbeda dengan SBY yang menekankan sukses dari pemerintahannya periode tahun 2004-2009, BO lebih memfokuskan pada membangun ekonomi Amerika yang berkelanjutan dan memperjuangkan ekonomi kelas menengah Amerika sesuai mitos Impian Amerika.

PRAKATA

Pertama-tama, puji syukur kami sampaikan kepada Tuhan yang Maha Esa karena telah berhasil melaksanakan penelitian sehingga berhasil membuat laporan kemajuan penelitian. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada DIKTI yang telah memfasilitasi penelitian kami berupa grant/hibah. Selanjutnya kami juga berterima kasih kepada LPPM UK Petra yang juga telah membantu kami sebagai peneliti dan memberikan masukan untuk memperbaiki proposal usulan penelitian kami. Terakhir, kami juga berterima kasih kepada para mahasiswa yang telah berpartisipasi dalam Forum Diskusi untuk mempertajam makalah kami sebelum disajikan ke seminar internasional di Universitas Trunojoyo.

Sampai saat ini kami telah berhasil menyelesaikan seluruh kegiatan penelitian mulai dari pengumpulan data pidato, menyeleksi, membuat transkrip naskah pidato, dan menganalisis naskah pidato tersebut sampai penyajian makalah sebagai hasil dari penelitian ke seminar internasional di Universitas Trunojoyo pada tanggal 20 Nopember 2013. Kami bertiga berbagi tugas baik dalam proses pembuatan transkrip maupun melakukan analisa.

Kami berharap hasil dari penelitian ini akan bisa berguna untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang analisa wacana dengan menggunakan kerangka teori retorika rancang-bangun teks persuasi. Adapun luaran yang akan dihasilkan berupa artikel jurnal ilmiah dan menjadi masukan untuk bahan ajar Masyarakat Pranata Indonesia dan Amerika dalam konteks perbandingan. Demikian laporan akhir ini kami buat sebagai bagian dari pertanggungjawaban pelaksanaan Hibah Penelitian Desentralisasi Tahun Anggaran 2013, Skim Penelitian Fundamental.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Urgensi Penelitian	3
1.5 Definisi Kata-Kata Kunci	3
1.6 Susunan Diskusi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Pendekatan Penelitian	19
3.2 Tahapan Penelitian	19
3.3 Data and Sumber Data	22
BAB IV GAGASAN SENTRAL DAN GAGASAN UTAMA	23
4.1 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Kampanye SBY	26
4.1.1 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato SBY: Pidato Kenegaraan Presiden 15 Agustus 2008	26
4.1.2 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Politik SBY di PRJ Kemajoran	28

4.1.3 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato SBY dalam Deklarasi Pencalonan dan Kampanye	29
4.2 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Kampanye Barack Obama	30
4.2.1 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Barack Obama: Pidato Kenegaraan 20012	30
4.2.2 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Ekonomi Barack Obama di Osawatomie, Kansas	32
4.2.3 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Kampanye Barack Obama di Virginia Beach, Virginia	35
4.3 Perbandingan Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Kampanye SBY dan Pidato Kampanye Barack Obama	37
BAB V PILIHAN BENTUKAN LINGUAL DAN STILISTIK	42
5.1 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato Kampanye SBY	42
5.1.1 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato SBY: Pidato Kenegaraan Presiden 15 Agustus 2008 (Lampiran 1)	42
5.1.2 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato Politik SBY di PRJ Kemajoran (Lampiran 2)	49
5.1.3 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato SBY dalam Deklarasi Pencalonan dan Kampanye (Lampiran 3 & 4)	55
5.2 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato Kampanye Barack Obama	59
5.2.1 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato Barack Obama: Pidato Kenegaraan 20012 (Lampiran 5)	59
5.2.2 Pilihan Bentukuan Lingual dan Stilistik Pidato Ekonomi Barack Obama di Osawatomie, Kansas (Lampiran 6)	66
5.2.3 Gagasan Sentral dan Gagasan Utama Pidato Kampanye Barack Obama	

di Virginia Beach, Virginia (Lampiran 7)	71
5.3 Perbandingan Pilihan Bentukan Lingual dan Stilistik Pidato Kampanye SBY dan Pidato Kampanye Barack Obama	75
BAB VI GREGET BUNYI, PERANTI BUNYI, DAN SARANA AMPLIFIKASI	
PESAN	78
6.1 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato kampanye SBY	78
6.1.1 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato SBY: Pidato Kenegaraan Presiden 15 Agustus 2008 (Lampiran 1)	78
6.1.2 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato Politik SBY di PRJ Kemajoran (Lampiran 2)	81
6.1.3 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan dalam Deklarasi Pencalonan dan Kampanye (Lampiran 3 & 4)	83
6.2 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato Kampanye Barack Obama	84
6.2.1 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato Barack Obama: Pidato Kenegaraan 20012 (Lampiran 5)	84
6.2.2 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato Ekonomi Barack Obama di Osawatomie, Kansas (Lampiran 6)	86
6.2.3 Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato Kampanye Barack Obama di Virginia Beach, Virginia (Lampiran 7)	88
6.3 Perbandingan Pilihan Greget Bunyi, Peranti Bunyi, dan Sarana Amplifikasi Pesan pada Pidato Kampanye SBY dan Pidato Kampanye Barack Obama	90
6.3.1 Pemakaian greget bunyi, peranti bunyi, dan sarana amplifikasi pesan pada	

SBY 1 dan BO 1	90
6.3.2 Pemakaian greget bunyi, peranti bunyi, dan sarana amplifikasi pesan pada SBY 2 dan BO 2	91
6.3.3 Pemakaian greget bunyi, peranti bunyi, dan sarana amplifikasi pesan pada SBY 3 dan BO 3	91
BAB VII PERBANDINGAN PILIHAN RETORIS UNTUK PENYAMPAIAN	
PERSUASI	92
7.1 Perbandingan Bacaan Retoris Pertama	92
7.1.1 Perbandingan dari Sudut Rhetor	92
7.1.2 Perbandingan dari Sudut Teks	96
7.1.3 Perbandingan dari Sudut Audiens	97
7.2 Perbandingan Bacaan Retoris Kedua	98
7.3 Bacaan Retoris Pertama: Barack Obama	100
7.3.1 Perbandingan dari Sudut Rhetor	100
7.3.2 Perbandingan dari Sudut Teks	105
7.3.3 Perbandingan dari Sudut Audiens	106
7.4 Bacaan Retoris Kedua: Barack Obama	106
7.5 Bacaan Retoris Pertama Pidato Sby Dan Obama Dalam Perbandingan	107
7.6 Bacaan retorik kedua SBY dan Obama dalam perbandingan	108
BAB VIII KESIMPULAN DAN SARAN	109
8.1 Kesimpulan	109
8.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Teoretis Kajian Rancang-bangun Teks	8
Gambar 2 Segitiga Retorik	16
Gambar 3.1 Tahapan 1: Persiapan Penelitian	20
Gambar 3.2 Phase 2: Formal Research	21-22

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Metode Deskriptif Kualitatif	24
Table 4.1 Gagasan Utama Pidato Kenegaraan Presiden SBY (15 Agustus 2008)	27
Table 4.2 Gagasan Utama Pidato Politik SBY di PRJ Kemajoran (4 Juni 2009)	28
Tabel 4.3 Gagasan Utama Deklarasi Pencalonan SBY dan Boediono	29
Tabel 4.4 Gagasan Utama Pidato Kenegaraan Presiden Barack Obama Tahun 2012	31
Tabel 4.5 Gagasan Utama Pidato Ekonomi Obama di Osawatomie, Kansas	34
Tabel 4.6 Gagasan Utama Pidato Kampanye Barack Obama di Virginia Beach, Virginia..	37
Tabel 4.7 Gagasan-gagasan Sentral dari Pidato Kedua Capres Petahana	38
Tabel 4.8 Gagasan Utama yang Paling Dominan dari SBY 1 dan BO 1	38
Tabel 4.9 Gagasan Utama yang Paling Dominan dari SBY 2 dan BO 2	39
Tabel 4.10 Gagasan utama yang paling dominan dari SBY 3 dan BO 3	39

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Gaya Komunikasi Politik SBY	40
Diagram 4.2 Gaya Komunikasi Politik BO	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	115
Lampiran 2	136
Lampiran 3	146
Lampiran 4	150
Lampiran 5	164
Lampiran 6	176

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemampuan berpidato, khususnya berpidato persuasif, adalah prasyarat yang wajib dimiliki oleh para politisi yang ingin masuk dan berkarir di jabatan-jabatan politis. Dengan kemampuan berpidato persuasif tersebut seseorang aspiran untuk jabatan publik-politis bisa mampu mengungkapkan gagasan dan platform politiknya dan meyakinkan khalayak pendengarnya. Dengan kemampuan berpidato persuasif, seorang politisi mampu mempengaruhi, meyakinkan, dan bahkan mungkin juga mengubah sikap, perilaku, tata nilai, dan/ atau keyakinan khalayak sasarnya (Cf Beard, 2000, 35,36).

Seiring dengan perkembangan demokrasi di Indonesia, pengisian jabatan politis sebagai presiden telah dilaksanakan pada tahun 2009 dalam bentuk Pemilihan Presiden (Pilpres) secara langsung untuk kedua kalinya oleh seluruh warganegara yang mempunyai hak pilih. Pemilihan Presiden secara langsung di Indonesia telah dilaksanakan secara langsung sejak tahun 2004 (pemilihan Presiden langsung ..., n.d). Sementara itu fenomena serupa di negara adidaya seperti Amerika Serikat yang mempunyai tradisi demokrasi yang jauh lebih tua telah lama diberlakukan. Tradisi Pilpres dari 2 (dua) negara yang berbeda ini mempengaruhi pilihan bentuk-bentuk retorika rancang-bangun teks kampanye capres petahana (*incumbent*). Kedua tradisi berbeda tersebut sangat menarik untuk dipersandingkan dan dikaji dengan fokus pada retorika rancang-bangun teks pidato kedua capres petahana yang diperbandingkan. Dalam kasus Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) posisinya sebagai capres petahana adalah tahun 2009; sedangkan dalam kasus Barack Obama (BO) posisinya sebagai capres petahana adalah tahun 2012. Jadi penelitian di sini berfokus untuk menggali dan memperbandingkan pilihan bentuk-bentuk retorika rancang-bangun teks kampanye capres petahana (*incumbent*) dari kedua tokoh tersebut.

Secara sistem maupun prosedur Pilpres secara langsung terdapat perbedaan antara Pilpres di Indonesia dan Pilpres di Amerika Serikat. Calon presiden dan wakil presiden di Indonesia diajukan untuk bertarung dari suatu partai berdasarkan konsensus dan kesepakatan partai terkait. Upaya mentradisikan proses pemilihan awal calon presiden dan wakil presiden secara internal kepartaian melalui suatu konvensi atau kaukus partai, dalam kesempatan mana masing-masing bakal calon internal partai yang sama bertarung, terbukti belum bisa

terlembagakan di Indonesia. Sementara itu dalam proses pemilihan calon presiden dan calon wakil presiden di Amerika Serikat, pemilihan awal internal partai – yaitu pada kedua partai: Partai Republik dan Partai Demokrat – yang dikenal sebagai konvensi, kaukus, atau primary partai, telah demikian melembaga untuk menjanging, memilih, dan menentukan capres dan wakilnya yang berbobot untuk bertarung dalam Pilpres nasional melawan capres dan wakilnya yang berasal dari partai lainnya.

Tradisi Pilpres, perpolitikan maupun demokrasi yang mempunyai sejarah yang berbeda di kedua negara – Indonesia dan Amerika Serikat – tentu juga mempunyai dampak yang berbeda pada tradisi rancang-bangun teks persuasi pidato politik capres petahana dan retorika penyampaianya sebagaimana dikaji dalam penelitian ini. Kajian rancang-bangun teks persuasi serupa secara mendalam masih merupakan suatu wilayah yang belum banyak dirambah di Indonesia; apalagi penelitian serius pada tingkatan memperbandingkan rancang-bangun teks yang berasal dari dua tradisi perpolitikan dan sosial-budaya yang berbeda.

1.2 Permasalahan

Penelitian ini berusaha menganalisis, memperbandingkan dan memaparkan rancang-bangun teks persuasi pada pidato kampanye Pilpres Susilo Bambang Yudhoyono (2009) dan Barack Obama (2012), yang masing-masing pada posisi sebagai capres petahana. Untuk maksud tersebut, disusunlah pertanyaan riset sbb.:

1. Bagaimana pilihan gagasan sentral dan gagasan utama dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh?
2. Bagaimana pilihan bentukan-bentukan lingual dan stilistik dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh?
3. Bagaimana pilihan greget bunyi, peranti bunyi, dan sarana amplifikasi pesan dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh?
4. Bagaimana pilihan retorik dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Sesuai fokus, penelitian ini bertujuan menganalisis, memaparkan, dan memperbandingkan fenomena yang dikaji, yaitu rancang-bangun teks persuasi retorika Susilo Bambang Yudhoyono dan rancang-bangun teks persuasi retorika Barack Obama serta

modus retorik penyampaiannya. Dalam kasus Susilo Bambang Yudhoyono masa yang dimaksud adalah masa pencalonannya kembali untuk jabatan president periode ke-2, yaitu tahun 2009. Sedangkan dalam kasus Barack Obama, yang dimaksud masa pencalonannya sebagai capres petahana adalah akhir tahun 2011 dan tiga perempat pertama tahun 2012. Penelitian ini akan menyoroti kedua tokoh yang dipersandingkan menurut posisi semiotika sosial mereka sebagai *text-maker* sehingga menghasilkan pola retorika rancang-bangun teks persuasi pidato kampanye mereka berupa: pilihan-pilihan ide sentral dan gagasan-gagasan utama; pilihan-pilihan bentukan lingual dan stilistik; pilihan-pilihan greget bunyi, peranti bunyi, sarana amplifikasi pesan; dan aktualisasi retorik dari penyampaian pidato politik dalam konteks sosial-budaya politik di mana pidato kampanye tersebut tersematkan.

Secara langsung melalui kajian rancang-bangun teks persuasi pada pola retorika kampanye kedua tokoh politik yang disorot beserta aktualisasi retoriknya, pola-pola retorika pidato kampanye calon pejabat publik-politik yang akan banyak mempengaruhi jalannya sejarah suatu bangsa bisa dipahami secara lebih baik. Upaya penelitian rancang-bangun teks secara perbandingan demikian akan memberikan pencerahan, baik kelebihan ataupun kekurangan, mengenai kekuatan maupun kelemahan persuasi masing-masing unsur fokus kajian. Dengan kajian ini diharapkan pemelajar bisa memahami tingkat kepiawaian retorik calon pejabat politik-publik dengan jelas dalam bingkai prinsip-prinsip universal pada nilai-nilai demokratis suatu masyarakat warga (*civil society*) dan sekaligus juga sistem dan prosedur rekrutmen pimpinan negara berdasarkan dukungan warga pemilih yang sadar untuk menentukan sejarah bangsanya.

1.4 URGENSI PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa:

1. Pengembangan kerangka teori analisis rancang-bangun retorika pidato politik.
2. Pemahaman tentang retorika yang bersumber pada tradisi sosial-budaya dan demokrasi yang dikembangkan dan dipraktikkan.
3. Masukan untuk bahan ajar Masyarakat Pranata Indonesia dan Amerika dalam konteks perbandingan.

1.5 DEFINISI KATA-KATA KUNCI

- Kekuatan

Kekuatan dipahami sebagai sumberdaya makna yang tersedia bagi penutur yang bisa dimanfaatkan, baik pada tingkatan struktural dan pada tingkatan interaksional, yang dilakukan untuk mempengaruhi keyakinan, sikap dan perilaku dari audiens (*cf* Thornborrow, 2002: 8; *cf* also Charteris-Black, 2005: 8-9). Hal ini sejalan dengan pendapat Gal (1992 dalam Thornborrow, 2002:8-9) yang berbicara tentang segi-segi representasional dari kekuatan diskursif dan berpendapat bahwa "bentuk yang terbesar dari kekuatan bisa berupa kemampuan mendefinisikan realitas sosial, untuk menimbulkan visi dunia ... dalam bahasa dan, yang terpenting, diberlakukan dalam tindakan".

- Rancangbangun teks

(a) Rekonstruksi dari seperangkat pertautan-pertautan yang terdapat pada teks supaya mengetahui makna hakiki dari teks (Becker, 1977: 222-223).

(b) Berbagai unsur yang berkontribusi dan saling berkaitan yang membentuk keseluruhan teks yang disematkan pada suatu budaya.

- Rancangbangun teks persuasi

Konstruksi teks berupa bagian-bagian bangunannya untuk mencapai sasaraannya untuk mempengaruhi keyakinan, sikap dan perilaku audiens.

- Retorik

a) Cabang ilmu yang berkaitan dengan keterampilan bicara publik sebagai sarana persuasi (Wales, 1995:406)

b) Seni persuasi (Herford & Brueggemann, 2007:2).

- Persuasi

a. Proses melalui mana penutur bertujuan mempengaruhi keyakinan, sikap dan perilaku audiensnya (Charteris-Black, 2005: 8-9).

b. Proses untuk mengubah atau memperkuat sikap, keyakinan, nilai-nilai, atau perilaku (Beebe & Beebe, 2005:399).

c. Proses menciptakan, memperkuat, atau mengubah keyakinan atau tindakan orang (Lucas, 2007: 400).

- Gaya bahasa

Cara pemakaian bahasa yang khas untuk tujuan mencapai tertentu dan efek tertentu (Verdonk, 2002: 5-6).

- Greget bunyi

Ungkapan yang secara cermat diciptakan yang bertujuan untuk mempertegas bagian penting dari suatu pesan agar menarik perhatian audiens (*cf.* Beard, 2000: 37-43).

- Peranti bunyi

Bunyi-bunyi bahasa - musik dari bahasa - yang dipergunakan untuk menggelitik telinga audiens dan menarik perhatian mereka seperti halnya sajak, aliterasi, konsonan, dsb (*cf.* Kennedy, 1978 :123-129).

- Amplifikasi pesan

(a) Seni untuk mempertegas pesan penting dan mencapai sasaran dari suatu pidato (Leanne, 2010: 105);

(b) Teknik komunikasi yang memungkinkan seorang pembicara publik mempertegas pokok-pokok pemikirannya secara efektif (Leanne, 2010: 127-128).

1.6 SUSUNAN DISKUSI

Bab I mendiskusikan latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, urgensi penelitian, definisi kata-kata kunci, dan susunan diskusi.

Bab II membahas kerangka teori yang digunakan sebagai kerangka pikir teoritis bagi keseluruhan lingkup penelitian yang dilakukan.

Bab III memaparkan metode yang digunakan oleh penelitian ini.

Bab IV membahas pilihan gagasan sentral dan gagasan utama yang dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh yang dikaji.

Bab V membahas pilihan bentukan-bentukan lingual dan stilistik dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh yang dikaji.

Bab VI membahas pilihan greget bunyi, peranti bunyi, dan sarana amplifikasi pesan dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh.

Bab VII membahas pilihan retorik dipakai untuk menyampaikan kekuatan persuasi kedua tokoh yang dikaji.

Bab VIII memaparkan kesimpulan dari hasil kajian secara menyeluruh.