

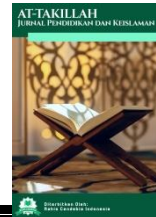


# AT-TAKILLAH

## Jurnal Pendidikan dan Keislaman

| e-ISSN: 3026-779X |

<https://jurnal.rahiscendekiaindonesia.co.id/index.php/attakillah>



Tinjauan Pustaka

## Analisis Retorika Taste Faculty dalam Media Broadcasting Modern

Masitah Elvianda

Institut Abdul Halim Hasan Binjai

### KATA KUNCI

Retorika, Fakultas Rasa, dan Penyiaran

### PENULIS KORESPONDEN:

Email: [Masitahelvian@gmail.com](mailto:Masitahelvian@gmail.com)

### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengali dan menganalisis penerapan retorika taste faculty dalam konteks penyiaran. Retorika taste faculty mengacu pada keterampilan untuk menggunakan bahasa dan simbolisme secara efektif dalam menggambarkan pengalaman rasa. Ahli-ahli percaya bahwa retorika taste faculty mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana rasa memengaruhi persepsi dan pikiran kita. Hal ini juga melibatkan kemampuan untuk memilih kata-kata yang tepat dan deskriptif untuk mengomunikasikan pengalaman rasa dengan orang lain. Taste faculty dalam retorika juga mencakup pemahaman terhadap estetika bahasa, gaya, dan struktur narasi. Seorang pembicara atau penulis yang memiliki taste faculty yang baik akan mampu memilih kata-kata dengan cermat, menyusun kalimat dan paragraf dengan indah, serta menciptakan alur cerita yang menarik dan meyakinkan. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih kuat dan berkesan bagi audiens mereka. Selain itu, pengembangan taste faculty juga memungkinkan seseorang untuk mengeksplorasi berbagai genre dan gaya komunikasi. Dengan memahami nilai-nilai estetika yang berbeda dalam berbagai konteks, seseorang dapat lebih fleksibel dalam menyampaikan pesan mereka kepada berbagai audiens. Mereka dapat menyesuaikan gaya bahasa, penggunaan analogi, atau strategi retorika lainnya sesuai dengan kebutuhan.

### PENDAHULUAN

Retorika memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dunia dan memengaruhi perilaku manusia. Ketika seseorang memahami prinsip-prinsip retorika, mereka mampu memanipulasi kata-kata dan simbol-simbol untuk mempengaruhi pikiran dan emosi orang lain. Namun, untuk mencapai tingkat pengaruh yang signifikan,

diperlukan pemahaman yang mendalam tentang selera dan preferensi audiens. Inilah mengapa pengembangan taste faculty menjadi esensial dalam konteks retorika. Kemampuan untuk memahami apa yang disukai, dihargai, atau dianggap indah oleh audiens memungkinkan pembicara atau penulis untuk menyesuaikan pesan mereka dengan lebih efektif.

Dalam studi retorika, pengembangan taste faculty menjadi hal yang penting karena memungkinkan seseorang untuk menjadi pembicara atau penulis yang lebih efektif. Dengan memiliki taste faculty yang baik, seseorang dapat menyesuaikan pesan mereka dengan audiensnya, menggunakan bahasa dan gaya yang tepat, serta memilih argumen atau gambaran yang paling sesuai untuk mencapai tujuan komunikasi mereka. Taste faculty dalam retorika juga mencakup pemahaman terhadap estetika bahasa, gaya, dan struktur narasi. Seorang pembicara atau penulis yang memiliki taste faculty yang baik akan mampu memilih kata-kata dengan cermat, menyusun kalimat dan paragraf dengan indah, serta menciptakan alur cerita yang menarik dan meyakinkan. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih kuat dan berkesan bagi audiens mereka.

Selain itu, pengembangan taste faculty juga memungkinkan seseorang untuk mengeksplorasi berbagai genre dan gaya komunikasi. Dengan memahami nilai-nilai estetika yang berbeda dalam berbagai konteks, seseorang dapat lebih fleksibel dalam menyampaikan pesan mereka kepada berbagai audiens. Mereka dapat menyesuaikan gaya bahasa, penggunaan analogi, atau strategi retorika lainnya sesuai dengan kebutuhan. Dalam kesimpulan, retorika dan taste faculty saling terkait erat, membentuk fondasi yang kuat bagi komunikasi yang efektif dan berkesan. Melalui pengembangan taste faculty, seseorang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memahami, menghargai, dan mengelola nilai-nilai estetika dalam berbagai konteks komunikasi. Dengan demikian, mereka dapat menjadi pembicara atau penulis yang lebih kuat, yang mampu memengaruhi dan memperkaya kehidupan orang lain melalui kata-kata dan karya-karya mereka.

Pengembangan taste faculty dalam retorika juga melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi dan menghargai kualitas estetika dalam karya orang lain. Dengan mempelajari dan menganalisis karya-karya yang dianggap sebagai contoh yang baik dalam bidang komunikasi, seseorang dapat memperluas wawasan mereka tentang nilai-nilai estetika yang beragam. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengadopsi atau mengadaptasi elemen-elemen tersebut ke dalam karya mereka sendiri.

Sementara itu, pengembangan taste faculty dalam retorika bukanlah proses yang statis, tetapi merupakan perjalanan yang terus berkembang. Seiring dengan perubahan tren dan preferensi audiens, seseorang perlu terus memperbarui dan memperluas pemahaman mereka tentang nilai-nilai estetika yang relevan. Dengan demikian, mereka dapat tetap menjadi komunikator yang efektif dan berpengaruh di era yang terus berubah ini.

## **METODE**

Metode penelitian ini menggunakan studi pustaka (*liberary research*) yang berisikan informasi melalui literatur-literatur dari buku pustaka, karya ilmiah, buku, artikel dan website yang relevan dengan judul penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Retorika cita rasa dalam broadcasting dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, seperti dalam iklan, pidato politik, presentasi bisnis, atau diskusi sehari-hari. Berikut beberapa contoh penggunaan retorika cita rasa dalam broadcasting sebagai berikut:

- a) Iklan: Contoh retorika cita rasa dalam iklan dapat ditemukan dalam penggunaan kalimat persuasif seperti "Dengan menggunakan sabun mandi ini, kulitmu akan terasa lembut dan harum sepanjang hari." Strategi yang digunakan dalam retorika iklan ini adalah untuk menggunakan kalimat yang membuat konsumen terpengaruh dan tertarik.
- b) Pidato Politik: Seorang pemimpin politik dapat menggunakan retorika cita rasa untuk menggerakkan massa dengan kalimat-kalimat yang menggugah emosi dan semangat. Strategi yang digunakan dalam retorika pidato politik ini dapat berupa penggunaan metafora, analogi, atau logika persuasif untuk mempengaruhi pendengar.
- c) Presentasi Bisnis: Retorika cita rasa juga dapat ditemukan dalam presentasi bisnis, di mana pembicara menggunakan kalimat-kalimat yang menarik dan emosional untuk mempengaruhi audiens dan meningkatkan kesadaran tentang produk atau jasa yang dipromosikan.

- d) Diskusi Sehari-hari: Retorika cita rasa juga dapat ditemukan dalam diskusi sehari-hari, di mana orang-orang menggunakan kalimat-kalimat yang menarik dan emosional untuk mempengaruhi pendapat dan opini orang lain. ( Yusuf Zainal, 2013)

Dalam broadcasting, retorika cita rasa digunakan untuk mencapai tujuan persuasif dan mempengaruhi audiens. Dengan menggunakan kalimat-kalimat yang menarik dan emosional, pembicara dapat meningkatkan kesadaran dan kesadaran audiens tentang produk, jasa, atau ide yang dipromosikan.

Retorika atau seni berbicara adalah keterampilan penting dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan gaya bahasa yang indah atau style/elocutio, adalah salah satu contoh retorika yang dapat ditemukan dalam percakapan sehari-hari. Pemilihan kata-kata yang tepat dan menarik, dapat mempengaruhi pendengar atau pembaca dengan cara yang lebih efektif. (Isbandi Sustrisno, 2014)

Strategi penyusunan pemilihan gaya bahasa yang indah dalam retorika melibatkan penggunaan metafora, simile, personifikasi, dan bahasa kiasan lainnya. Penggunaan kalimat-kalimat yang menarik dan emosional, juga merupakan berbagai strategi yang digunakan untuk menambah daya tarik pemilihan gaya bahasa. Dengan memahami dan mengaplikasikan pemilihan gaya bahasa yang indah dalam kehidupan sehari-hari, seseorang dapat menjadi pembicara yang lebih efektif dan mempengaruhi penonton atau pembaca dengan lebih baik. (Vera Sadirdila, 2018)

Aliran retorika dalam konteks broadcasting berfokus pada penggunaan retorika sebagai alat komunikasi efektif dalam siaran radio dan televisi. Retorika dalam broadcasting melibatkan strategi penggunaan bahasa, struktur, dan gaya penyampaian yang efektif untuk mempengaruhi audiens dan meningkatkan kesadaran serta kepedulian terhadap isu-isu yang dibahas. Dalam konteks broadcasting, retorika digunakan untuk mencapai tujuan seperti meningkatkan kesadaran masyarakat, meningkatkan kesadaran sosial, dan meningkatkan kesadaran politik. Retorika dalam broadcasting juga melibatkan analisis struktur, analisis gaya, dan analisis konteks untuk memahami bagaimana audiens berrespon terhadap pesan yang disampaikan. Dalam beberapa studi, retorika dalam broadcasting dilihat sebagai cara untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan kesadaran social. ( Tomovska Aristoteles, 2018)

Aliran retorika yang digunakan dalam broadcasting melibatkan tiga aliran utama:

- 1) Aliran Epistemologis: Aliran ini menekankan proses psikologis dan berfokus pada bagaimana audiens berpikir dan berperilaku. Dalam konteks broadcasting, ini melibatkan analisis struktur, analisis gaya, dan analisis konteks untuk memahami bagaimana audiens berrespon terhadap pesan yang disampaikan.
- 2) Aliran Belletristis: Aliran ini sangat mengutamakan keindahan bahasa, segi-segi estetis pesan, kadang-kadang dengan mengabaikan segi informatifnya. Dalam broadcasting, aliran ini dapat digunakan untuk menciptakan konten yang menarik dan mempertahankan perhatian audiens.
- 3) Aliran Elokusionis: Aliran ini menekankan teknik penyampaian pidato dan dapat digunakan dalam broadcasting untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan meningkatkan kesadaran audiens. Aliran ini dapat membantu dalam menciptakan konten yang lebih interaktif dan mempengaruhi audiens secara lebih efektif. (Asep Saepullah, 2021)

Dalam beberapa studi, retorika dalam broadcasting dilihat sebagai cara untuk

## **KESIMPULAN**

Retorika dalam broadcasting dapat mempengaruhi perilaku penerima melalui beberapa cara. Pertama, retorika dapat mempengaruhi perilaku penerima dengan cara menggunakan persuasi yang efektif. Dalam konteks broadcasting, persuasi dapat dilakukan melalui analisis struktur, analisis gaya, dan analisis konteks untuk memahami bagaimana audiens berrespon terhadap pesan yang disampaikan. Retorika juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens melalui analisis retorika forensik, epideiktik, dan deliberatif. Retorika forensik digunakan dalam keadaan seseorang, instansi, atau lembaga yang mempengaruhi terjadinya rasa bersalah atau tidak, pertanggungjawaban atau ganjaran. Retorika epideiktik digunakan sebagai promosi nilai-nilai kewarganegaraan melalui bahasa pujian dan celaan. Retorika deliberatif memfokuskan diri pada apa yang akan terjadi di kemudian hari bila diterapkan sebuah kebijakan saat sekarang.

Retorika dalam broadcasting juga dapat mempengaruhi perilaku penerima dengan cara menggunakan strategi penggunaan bahasa yang efektif. Dalam beberapa studi, retorika dalam broadcasting dilihat sebagai cara untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, meningkatkan kesadaran, dan meningkatkan kesadaran sosial. Oleh karena itu, aliran retorika yang digunakan dalam broadcasting sangat penting untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif dan meningkatkan kesadaran masyarakat.

Dalam beberapa penelitian, retorika dalam broadcasting dilihat sebagai cara untuk meningkatkan kesadaran audiens melalui analisis struktur, analisis gaya, dan analisis

konteks untuk memahami bagaimana audiens berrespon terhadap pesan yang disampaikan. Retorika juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran audiens melalui analisis retorika forensik, epideiktik, dan deliberatif. Retorika forensik digunakan dalam keadaan seseorang, instansi, atau lembaga yang mempengaruhi terjadinya rasa bersalah atau tidak, pertanggungjawaban atau ganjaran. Retorika epideiktik digunakan sebagai promosi nilai-nilai kewarganegaraan melalui bahasa pujian dan celaan. Retorika deliberatif memfokuskan diri pada apa yang akan terjadi di kemudian hari bila diterapkan sebuah kebijakan saat sekarang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Yusuf Zainal Abidin, MM (2020). Pengantar Retorika. Bandung: Pustaka Setia.
- Booth, Wayne C. (2018). *The Rhetoric of Rhetoric - The Quest for Effective Communication* (PDF) (dalam bahasa Inggris). Blackwell Publishing. hlm. ix. ISBN 978-1405112376.
- Saepullah, Asep (2021). *Retorika Dalam Debat Keagamaan Zakir Naik: Studi Analisis Pemikiran Tokoh*. Jawa Barat: Guepedia. hlm. 61. ISBN 978-623-281-773-9.
- Sardila, Vera; Arini (2018). "Alternatif Peningkatan Kreativitas Retorika Mahasiswa Melalui Model Simulasi Pada Media Penyiaran". *Jurnal RISALAH*.
- Aristoteles; Tomovska, Vesna (2018). *Retorika (Seni Berbicara)*. Diterjemahkan oleh Handayani, Dedeh Sri. Yogyakarta: Basabasi. hlm. 20. ISBN 9786026651983.
- Sustrisno Isbandi ( 2019). *Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 12.No 1.
- Martha Nengah (2021) . *Retorika dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*.Vol 6. No 12.