

Wacana Kepimpinan Perdana Menteri Malaysia Ke-9: Analisis Kaedah Retorik

The Leadership Discourse of the 9th Prime Minister: Rhetorical Strategy Analysis

Farah Hanani Abdul Rahman¹, Midiyana Mohamad², Saliza Ismail³

^{1, 2 & 3} Akademi Pengajian Bahasa, UiTM Shah Alam

¹ farahhanani@uitm.edu.my

² midiy165@uitm.edu.my

³ salizai@uitm.edu.my

Article history:

Received: 16 June 2022

Accepted: 8 November 2022

Published: 1 December 2022

Abstrak

Kajian ini meneliti kaedah retorik dalam wacana ucapan Perdana Menteri Malaysia Ke-9, YAB Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob menerusi program Keluarga Malaysia. Kaedah retorik merupakan cara pengucap merayu atau mempengaruhi audiens bagi mendapatkan sokongan. Dalam kajian ini, sokongan yang dimaksudkan ialah sokongan rakyat Malaysia terhadap kepimpinan pengucap menerusi program tersebut. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti serta menganalisis kaedah retorik pathos, logos dan ethos dalam wacana ucapan program Keluarga Malaysia. Data kajian yang digunakan ialah wacana ucapan pelancaran program Keluarga Malaysia, yang disampaikan pada 21 Oktober 2021 di Pusat Konvensyen Borneo, Kuching Sarawak. Pendekatan kajian kualitatif diaplikasi dalam kajian ini manakala kaedah kajian ialah analisis kandungan. Data kajian dianalisis berdasarkan Teori Kaedah Aristotle pathos, logos dan ethos. Dapatan kajian menunjukkan bahawa ketiga-tiga kaedah retorik pathos, logos dan ethos digunakan dalam wacana ucapan Keluarga Malaysia. Ciri yang paling dominan digunakan dalam wacana ini ialah pathos, diikuti logos dan yang paling sedikit penggunaannya ialah ethos. Menerusi kaedah pathos, rayuan emosi melalui analogi, rasa kekitaan, mahupun penceritaan diaplikasikan untuk merayu audiens, manakala logos digunakan oleh pengucap dengan memetik sumber statistik laporan dan contoh. Seterusnya kaedah ethos ditunjukkan melalui pemaparan karakter dan kredibilitinya sebagai pemimpin yang bertanggungjawab dan mempunyai sikap kebersamaan membela nasib rakyat.

Kata kunci: *kaedah retorik, wacana kepimpinan, ethos, pathos, logos*

Abstract

This study explores rhetorical strategy in a speech of the 9th Malaysia Prime Minister, the honourable Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob through the Keluarga Malaysia programme. Rhetoric strategy is a way a speaker pleads or influences an audience to gain support. In this study, the support refers to the Malaysian citizens' support towards the speaker's leadership portrayed through the programme. The research objective is to determine and analyse pathos, logos and ethos rhetorical strategies in the speech of Keluarga Malaysia programme. The research data is the speech in the launching of Keluarga Malaysia programme, delivered on 21 October 2021 at Borneo Convention Centre, Kuching, Sarawak. A qualitative research approach is applied in this study while using content analysis as the research method. The research data is analysed based on the Aristotle Theory of pathos, logos and ethos methods. The study found that all three rhetorical strategies of pathos, logos and ethos were used in the Keluarga Malaysia speech. The most dominant characteristic used in this speech was pathos, followed by logos, while the least applied was ethos. In pathos method, emotional pledge using an analogy, the sense of togetherness as well as storytelling were applied to plead the audience; while logos was used by the speaker by citing statistical reports and examples. Furthermore, ethos method was demonstrated through character display and the speaker's credibility as a responsible leader who embraces togetherness in fighting for the people.

Keywords: *leadership discourse, rhetoric strategy, speech, pathos, logos*

1.0 Pengenalan

1.1 Latar Belakang Kajian

Pemimpin ialah seseorang individu yang boleh mempengaruhi individu lain. Dalam aspek kepimpinan sesebuah negara, pemimpin digambarkan seseorang yang berkaliber. Hal ini pernah dinyatakan oleh Osman et al. (2018), pemimpin berkebolehan menggagaskan wawasan yang tinggi serta menambat perhatian khalayak sering dilihat sebagai satu keperluan atau sine qua non seorang pemimpin yang berkaliber. Malahan, beliau juga menyebut mengenai pemimpin yang berkaliber juga berkarisma. Dengan kata lain, seorang pemimpin akan menyampaikan dan menggambarkan visi pemerintahannya secara efektif, konsisten dan fokus kepada masyarakat. Aspek komunikasi dalam organisasi merupakan kayu pengukur prestasi sesebuah kepimpinan (Goldhaber, 1992).

Apabila memperkatakan aspek komunikasi ini juga, para pemimpin perlu mempunyai seni pengucapan yang baik. Hal ini kerana mereka akan menyalurkan seluruh pemikiran dan hala tuju kepemimpinannya menerusi ujaran dan wacana kepada rakyat. Farzana & Suziana (2020), membincangkan seni pengucapan sebagai salah satu komunikasi yang mampu untuk menjadi medium penyampai kepada para pendengar kerana ucapan pemimpin dapat memberikan impak yang besar kepada pemerintahan corak baru sama ada dalam parti politik itu sendiri mahupun dalam negara. Oleh itu, pengaruh politik yang dibawa mestilah berasaskan kepada konsep pembentukan sebuah wacana. Pandangan Lanham (1991) mengetengahkan bahawa aspek keyakinan seseorang boleh dilihat menerusi seni pengucapan atau wacana bahasanya.

Apabila memperkatakan ciri retorik dalam wacana pengucapan, wacananya mesti mempunyai mesej yang jelas, padu dan bermakna (Norhaifa, 2004). Aspek-aspek ini diterangkan oleh Awang Sariyan (2006) yang mengaitkan keterampilan atau kepakaran seseorang menjelaskan buah fikirannya, gagasan atau idea. Justeru, sekiranya sesuatu isi ucapan itu disampaikan tanpa penggunaan bahasa yang menarik (retorik), idea yang ingin disampaikan tidak dapat mempengaruhi audiens (Abdullah & Ainon, 2003) walhal sesuatu ucapan perlu mempunyai nilai retorik agar pengucap dapat menyampaikan mesejnya kepada golongan sasaran.

Di Malaysia, wacana kepimpinan ialah wacana yang mempunyai pengaruh yang cukup besar kepada masyarakat khususnya wacana pemerintah. Wacana ini mempunyai agenda yang khusus seiring dengan kepimpinan Perdana Menteri. Agenda ini boleh dilihat menerusi slogan yang diperkenalkan. Antara slogan yang terkini ialah slogan Keluarga Malaysia. Slogan ini telah diperkenalkan oleh Perdana Menteri Malaysia ke-9, YAB Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob pada 22 Ogos 2021. Beliau telah menginspirasi program Keluarga Malaysia yang menjadi wadah penyatuan antara masyarakat dan memulihkan negara dari kesan pandemik COVID 19. Terangkum di dalamnya 3 garis utama, iaitu keterangkuman, kebersamaan dan kesyukuran. Melalui petikan yang dikutip dari akhbar dalam talian, Utusan Digital (2022), konsep Keluarga Malaysia yang diketengahkan oleh Perdana Menteri merangkumi sempadan agama, bangsa dan kaum. Kesedaran nilai kekeluargaan ini digabungkan dengan nilai-nilai didikan sempurna dalam sesebuah keluar-

ga. Berdasarkan konsep program Keluarga Malaysia ini, disampaikan wacana ucapan untuk disebarluaskan kepada masyarakat melalui program sempena Jelajah Aspirasi Keluarga Malaysia di seluruh negara.

1.2 Permasalahan Kajian

Pemanfaatan kaedah retorik dalam sesebuah wacana ucapan pemimpin menunjukkan bahawa wacananya bermaksud bukan sekadar berkomunikasi. Malah lebih daripada itu, sesebuah wacana ucapan pemimpin mempunyai kemampuan untuk memujuk atau mempengaruhi masyarakat. Meskipun ada yang menganggap bahawa wacana ucapan khususnya pemimpin politik merupakan sekadar suatu retorik yang tiada nilai, tiada isi kandungan dan bukti yang kukuh. Namun, Ahmad Zahid (2004) menolak pernyataan ini bahawa seorang pengucap itu mesti memperlihatkan kepada khalayak bahawa diri mereka memiliki pengetahuan yang luas, mempunyai kewibawaan dan tinggi kreadibilitinya (ethos), malahan ucapan seseorang harus mampu menyentuh hati, perasaan, emosi dan harapan khalayak (pathos), dan harus mampu meyakinkan khalayak dengan mengemukakan bukti yang mempunyai sandaran fakta yang kukuh (logos). Pandangan yang hampir sama dinyatakan oleh Rohaidah et al. (2019) bahawa setiap pemimpin, khususnya pemimpin politik mesti mempunyai kemahiran berwacana yang baik dan cekap agar khalayak berasa yakin dengan kepimpinannya. Oleh itu, mereka seharusnya mampu menggunakan bahasa dengan tepat, menarik, dan bertenaga ketika berkomunikasi dengan para pengikutnya. Dengan kata lain, retorik ialah unsur yang mempengaruhi audiens melalui penggunaan bahasa yang dapat menambat hati pendengarnya. Nurul Nadiah & Zulkefli Aini (2021) pula menambah bahawa retorik menjadi sebahagian daripada aspek komunikasi lisan yang penting untuk menyampaikan maklumat. Dalam menyampaikan maklumat ini, seni retorik khususnya pemujukan digunakan bagi mempengaruhi audiens agar memberi reaksi tertentu terhadap perkara yang disampaikan oleh pengucap. Jelas, retorik menjadi satu komunikasi antara komunikator, iaitu pemimpin dengan audiens melalui bahasa. Tanpa seni pemujukan ini, ucapan seseorang pengucap tidak akan dapat mencapai tujuannya.

Kebiasaannya setiap pemimpin di Malaysia mempunyai slogan kepimpinan. Antaranya ialah slogan Wawasan 2020 (Tun Mahathir, 1981-2003), Islam Madani (Tun Abdullah Badawi, 2003-2009), Satu Malaysia (Dato Seri Mohd Najib Abdul Razak, 2009 - 2018), Membina Negara Memenuhi Harapan (Tun Mahathir, 2018-2020), Pembudayaan Norma Baharu (Tan Sri Muhyiddin Yassin, 2020-2021) dan yang terkini ialah Keluarga Malaysia (Datuk Seri Ismail Sabri, 2021-sekarang). Slogan kepimpinan ini disebarluaskan bukan sahaja mewakili kerajaan tetapi juga bertujuan untuk masyarakat mengetahui, memahami dan seterusnya menerima kepimpinan Perdana Menteri dalam menerajui negara. Justeru itu, dalam konteks slogan kepimpinan Datuk Seri Ismail Sabri, Keluarga Malaysia ini dianggap sebagai suatu kepemimpinan yang baru kerana mengetengahkan konsep keluarga sebagai cara mengukuhkan kebersamaan dan perpaduan

masyarakat Malaysia yang berbilang kaum, agama adat kebudayaan. Bahkan beliau juga memperjelas bahawa wacana mengenai konsep Keluarga Malaysia ini bukan retorik kosong (Berita Harian Online, 2022). Dengan keadaan isu pandemik COVID-19 yang masih menyebarkan kes jangkitan, masyarakat juga dihambat dengan keadaan kos sara hidup yang tinggi, maka Perdana Menteri telah memperkenalkan pelbagai program melalui Keluarga Malaysia ini demi menjaga kesihatan dan kebajikan mereka. Bukan mudah hendak memenangi hati masyarakat yang telah dilanda pelbagai kesan negatif sebelum ini (Mohamad Sofuan Bin Mohamad Saleh, 2020). Malahan masyarakat Malaysia mempunyai kecenderungan untuk melakukan penilaian terhadap tokoh pemimpin yang mewakili sebuah kerajaan berdasarkan status hidup mereka. Jika kehidupan mereka berada dalam keadaan baik, penilaian ini bakal menterjemahkan pemimpin yang baik dan sebaliknya (Kosmo, 2021). Dengan kata lain, penilaian ini juga dilihat sebagai pengaruh dalam pemilihan sesebuah kerajaan baru. Oleh itu, menerusi penggunaan retorik dalam wacana ucapan yang disampaikan menerusi media, masyarakat dapat mengetahui mengenai peruntukan kewangan dan peranan kerajaan dalam menangani isu-isu besar ini. Hal ini pernah dinyatakan oleh Muhammad Mazlan (2015) yang menyatakan bahawa retorik dalam pelaporan media memainkan peranan penting dalam usaha memujuk dan mempengaruhi pengguna tentang perubahan sosioekonomi yang dilakukan oleh kerajaan. Malah ia mampu mengubah persepsi seseorang terhadap isu yang dibicarakan di media. Maka jelaslah bahawa sesuatu ucapan tidak dapat dipisahkan daripada unsur retorik demi menghasilkan sesebuah ucapan yang menarik dan berkesan serta dapat mempengaruhi masyarakat.

Selain itu, pengaplikasian retorik pada masa ini telah mendapat minat yang tinggi dalam penggunaan bahasa sesebuah ucapan. Malah kajian-kajian retorik di Malaysia banyak menganalisis retorik ucapan para pemimpin lama dan baru. Antaranya ialah retorik dakwah Nik Abdul Aziz (Zamri & Aini, 2021), retorik Najib Tun Abdul Razak (Osman et al., 2017), dan retorik Tun Mahathir (Lee Ai Chat, 2001; Abdul Mue`ti, 2005, 2007; Mohammed Shukry & Azimah Shurfa. 2010; Alkhirbash et al., 2014; Chai Nyun Chow, 2020). Semua kajian ini membicarakan berkaitan pelbagai penerapan unsur retorik dalam wacana pemimpin Malaysia dari sudut jenis retorik, teknik retorik dan gaya bahasa retorik. Melalui penelitian kajian-kajian lepas ini, aspek kajian berkaitan kaedah retorik, khususnya retorik pemujukan Aristotle masih kurang mendapat perhatian dalam kalangan pengkaji di Malaysia. Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, maka wajarlah kajian ini meneliti kaedah retorik dalam wacana ucapan pelancaran Keluarga Malaysia.

1.3 Objektif Kajian

Objektif kajian ini adalah untuk:

- 1.3.1 Mengenal pasti kaedah retorik ethos, pathos dan logos dalam wacana ucapan Keluarga Malaysia.
- 1.3.2 Menganalisis kaedah retorik ethos, pathos dan logos dalam wacana ucapan Keluarga Malaysia.

1.4 Persoalan Kajian

Persoalan kajian ini adalah untuk mencari penjelasan berkaitan perkara-perkara berikut:

- 1.4.1 Apakah kaedah retorik ethos, pathos dan logos yang digunakan dalam teks ucapan Keluarga Malaysia?
- 1.4.2 Bagaimanakah kaedah retorik ethos, pathos dan logos digunakan dalam teks ucapan Keluarga Malaysia?

1.5 Kepentingan Kajian

Kajian ini mengetengahkan kaedah retorik yang digunakan oleh Perdana Menteri Malaysia ke-9, dalam slogan kepimpinannya, iaitu Keluarga Malaysia bermula pada 22 Ogos 2021. Kaedah retorik yang ditemui dalam analisis ini memaparkan usaha dan kesungguhan pengucap menjaga kebajikan masyarakat Malaysia yang terkesan oleh pandemik Covid-19. Menariknya dengan kajian penelitian retorik pemimpin ini, menunjukkan bahawa kelainan retorik bergantung kepada keperluan pemimpin tersebut menangani sesuatu isu yang berlegar semasa pemerintahannya. Justeru, melalui wacana kepimpinan Perdana Menteri, masyarakat akan mengetahui arah tuju kepimpinannya. Timbal balik usaha ini boleh juga membantu Perdana Menteri memimpin Malaysia mengikut konteks dan keperluan masyarakat masa kini. Seterusnya, kajian ini juga boleh dijadikan tinjauan awal oleh para penyelidik yang ingin mengkaji lebih lanjut berkenaan corak retorik kepimpinan Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob sebagai Perdana Menteri Malaysia yang baharu.

Selain itu, kajian ini diharap dapat menambah kosa ilmu dalam ilmu retorik, khususnya bidang kajian kaedah retorik bahasa Melayu. Hal ini demikian kerana kajian kaedah retorik bahasa Melayu agak terbatas di Malaysia berbanding di dunia barat. Penambahan kosa ilmu dalam bidang ini seterusnya akan membantu meningkatkan bahan rujukan kepada para penyelidik kajian retorik bahasa Melayu.

2.0 Sorotan Literatur

Kajian berkaitan retorik banyak dilakukan oleh penyelidik luar atau dalam negara. Kajian-kajian berkaitan retorik menarik minat para penyelidik kerana retorik ialah aspek penting dalam komunikasi sama ada secara lisan mahupun tulisan. Brooks dan Warren (1979), ada menyatakan yang retorik ialah “...*the art of using language effectively*”. Retorik dikatakan sebagai satu seni atau kecekapan dan kemampuan para penulis atau seseorang yang bertutur itu menggunakan bahasa ketika mengungkapkan sesuatu maklumat supaya lebih berkesan dan maksudnya difahami dengan lebih jelas. Kamarul Ariffin (2016) ada menyatakan dalam hal yang berkaitan ucapan, retorik ialah seni menggunakan bahasa semasa berpidato dengan tujuan untuk menawan minda dan hati audiens agar mereka dapat menerima segala maklumat dan pendapat yang diungkapkan oleh penyampai tersebut. Sesuatu pertuturan yang tidak disertakan dengan retorik tidak akan

memberi kesan yang mendalam kepada para pendengar. Sesuatu ucapan yang baik perlulah menitikberatkan dua unsur utama, iaitu alat untuk menegakkan hujah dan cara penyampaian hujah supaya boleh memberi keyakinan serta dapat membuatkan audiens rasa terpengaruh serta yakin dengan penyampaian tersebut. Oleh itu retorik sememangnya memainkan peranan yang sangat penting. Rentetan daripada itulah banyak kajian telah dilakukan oleh pengkaji terdahulu untuk meneliti penggunaan kaedah retorik ethos, pathos dan logos berdasarkan pelbagai wacana persuasif sama ada wacana lisan mahupun tulisan yang khusus untuk memujuk atau menarik perhatian audiens yang terlibat.

Demirdöğen (2010), menyatakan bahawa politik secara umumnya berkaitan dengan pemujukan kerana secara tidak langsung politik ini ialah satu seni dalam pemerintahan. Alkhirbash et al. (2014) membuat kajian pemujukan yang digunakan dalam ucapan politik Mahathir Mohamad berdasarkan kaedah ethos, pathos dan logos. Hasil dapatan menunjukkan bahawa Mahathir menggunakan kaedah ethos sebagai satu kekuatan dalam ucapannya, manakala pathos dan logos menjadi komponen dalam penggunaan ethosnya yang menunjukkan kecekapan, kesedaran, pengetahuan dan keprihatinannya terhadap pihak lain.

Zamri & Aini (2021) telah membuat kajian yang bertajuk Retorik Dalam Dakwah Nik Abdul Aziz Nik Mat. Tujuan kajian ini adalah untuk menganalisis penggunaan retorik berdasarkan teks ucapan berunsur dakwah oleh Nik Abdul Aziz Nik Mat. Kajian ini juga menunjukkan kaedah pemujukan ethos banyak digunakan dalam ucapan beliau memandangkan beliau seorang yang mempunyai banyak pengalaman berkaitan sesuatu perkara yang disampaikan dalam sesuatu ucapan itu sama seperti Mahathir Mohamad dalam kajian Alkhirbash et al. (2014). Seterusnya untuk kaedah pathos, dengan cara mempengaruhi audiens berdasarkan ucapan yang terus meresap ke lubuk hati audiens dan seterusnya dapat menjentik emosi serta rasa kasih, simpati, harapan serta semangat. Manakala dari aspek logos pula, kerana beliau mampu menyampaikan hujah-hujahnya dengan berpandukan ayat-ayat Al-Quran serta hadith sebagai bukti kukuh dan tepat mengikut setiap isu dan permasalahan yang dibincangkan. Oleh itu secara keseluruhannya didapati bahawa ucapan berunsur dakwah oleh Nik Abdul Aziz Nik Mat boleh diteliti berdasarkan tiga ciri retorik pengucapan yang menepati konsep asas dalam komunikasi retorik yang perlu untuk menyampaikan satu ucapan yang hebat serta meninggalkan kesan mendalam kepada audiens. Kajian seterusnya ini dapatannya sedikit berbeza dengan dua kajian sebelum ini. Kajian ini dibuat berdasarkan ucapan politik Jokowi oleh Tawakkal et al. (2019). Berdasarkan kajian ini, kaedah pathos lebih dominan dalam ucapan Jokowi itu, diikuti dengan logos dan seterusnya ethos. Pathos yang banyak digunakan dalam ucapan Jokowi antaranya melibatkan ucapan terima kasih, puji-pujian, perjanjian dan lain-lain.

Terdapat juga kajian-kajian yang melibatkan kaedah ethos, pathos dan logos yang tidak menggunakan data teks ucapan politik tetapi menggunakan data penulisan yang dibuat oleh responden, iaitu para pelajar yang ditujukan kepada pensyarah mereka. Kajian-kajian tersebut ialah kajian yang dilakukan oleh Isai et al. (2020) iaitu *Using Rhetorical Approach of Ethos, Pathos and Logos by Malaysian Engineer-* Universiti Teknologi MARA, Vol. 6, No. 4, 2022

ing Students in Persuasive Email Writings dan kajian oleh Ting (2018) yang bertajuk *Ethos, Logos and Pathos in University Students' Informal Requests*. Dalam kedua-dua kajian ini, kaedah retorik pathos menjadi dapatan yang paling ketara, iaitu cubaan menyakinkan pensyarah mereka dengan mengaitkan perhubungan emosi. Kajian Isai et al. (2020) merujuk kepada 43 e-mel persuasif ditulis oleh pelajar yang diambil daripada ruangan forum laman web rasmi universiti. E-mel persuasif ini ditulis kepada pensyarah kelas mereka untuk memohon agar dapat menangguhkan tarikh penghantaran tugas. Penggunaan pathos banyak ditemui dalam kajian ini kerana pelajar cuba menghubungkan secara langsung dengan emosi pensyarah mereka. Seterusnya ethos juga ada digunakan, kerana pelajar menggunakan etika dan kredibiliti mereka sendiri untuk memujuk pensyarah kelas mereka. Walau bagaimanapun logos tidak ditemui dalam kajian ini kerana mungkin untuk mengelakkan kesilapan logik. Hal ini jelas menunjukkan bahawa kebanyakan pelajar cuba memujuk pensyarah secara emosi dan meyakinkannya dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki mereka agar permohonan dapat diluluskan. Walaupun hanya dua kaedah retorik yang digunakan, namun jelas menunjukkan bahawa dalam penulisan e-mel juga diturut diterapkan dengan kaedah retorik bagi menarik perhatian pensyarah untuk bertindak berdasarkan permohonan pelajar-pelajar tersebut.

Manakala kajian Ting (2018) pula meneliti berkaitan kaedah retorik dalam permintaan tidak formal pelajar universiti yang dikemukakan kepada pensyarah mereka. Data diambil daripada hasil penulisan 165 orang pelajar kelas bahasa Inggeris di sebuah universiti. Mereka diminta untuk membuat satu penulisan berkaitan cara untuk memujuk pensyarah mereka bagi menamatkan kelas awal. Hasil kajian menunjukkan bahawa majoriti pelajar menggunakan satu kaedah sahaja untuk memujuk pensyarah mereka. Kebanyakan pelajar menggunakan kaedah retorik yang berkaitan dengan emosi iaitu pathos, seterusnya diikuti dengan logos. Pemujukan berkaitan ethos sangat sedikit digunakan berdasarkan data yang dianalisis. Seterusnya penggunaan kata ganti nama diri menunjukkan perbezaan yang jelas bahawa tumpuan diri adalah kerap dalam pemujukan berkaitan pathos iaitu cubaan untuk meyakinkan pensyarah dengan cara menyentuh emosinya dan juga menggunakan pemujukan berkaitan logos iaitu dengan bukti-bukti kukuh dan logik.

Seterusnya terdapat satu kajian yang tidak menggunakan kaedah ethos, pathos dan logos tetapi menggunakan data ucapan pemimpin politik Malaysia. Kajian tersebut dijalankan oleh Lee (2001) iaitu menganalisis teknik retorik yang terdapat dalam teks ucapan Dr Mahathir Mohamad. Kajian ini menggunakan reka bentuk jenis deskriptif untuk menganalisis teks ucapan politik Dr. Mahathir Mohamad di Perhimpunan Agung UMNO pada tahun 1992, 1994, dan 1996. Model Wacana Grimes (1975) telah digunakan sebagai kerangka teori dalam proses menganalisis data. Kajian ini juga mendapati teknik retorik yang paling kerap digunakan oleh Dr. Mahathir ialah teknik pernyataan maklumat iaitu sebanyak 304 kali dengan peratusan yang paling tinggi 29.5%. Dalam teknik penyampaian maklumat, terdapat lima jenis pernyataan maklumat digunakan iaitu pernyataan secara pemberian contoh, pernyataan maklumat lama, pernyataan maklumat secara generalisasi, pernyataan maklumat secara hipotesis dan pernyataan maklumat tam-

- a) Logos merujuk kepada alasan atau logik. Ia boleh juga merujuk kepada penghujahan dalam sesebuah teks, iaitu cara pengucap menghujahkan sesuatu isu yang diketengahkan. Logos adalah rayuan kepada minda, penyediaan hujah yang logik (Magsumov: 2019). Menurut Demirdogen (2010), logos ialah pemujukan dan rayuan menggunakan bukti, atau bukti nyata menerusi kata-kata dalam ucapan sendiri. Pembuktian logos ini menjadikan sesuatu hujah itu jelas dan berintegriti. Dalam sesuatu analisis retorik, logos boleh dilihat menerusi penggunaan hujah, logik, justifikasi, pernyataan, data, bukti atau contoh.
- b) Ethos pula ialah karakter pengucap atau penulis. Ethos juga merupakan peranan pengucap dalam hujahannya dan bagaimana tahap kebolehpercayaan hujahannya. Demirdogen (2010) menyifatkan ethos sebagai rayuan etika manakala Higgins & Walker (2012) menambah bahawa ethos ialah watak yang ditonjolkan oleh pengucap.
- c) Pathos merupakan rayuan emosi yang digunakan oleh pengucap terhadap audiens iaitu cara pengucap mempengaruhi audiensnya menerusi emosi seperti simpati, marah, gembira sedih dan sebagainya. Menurut Demirdogen (2010), pathos ialah rayuan emosi dan meletakkan audiens dalam ruang minda yang tertentu. Pathos merayu emosi audiens menerusi kasih sayang, rasa bersalah, tamak, kasihan dan humor (Gabrielsen, & Christiensen, 2010), dan ditambah dengan emosi marah, menghina, empati, takut dan keliru (Mshvenieradze, 2013). Dalam sesuatu rayuan emosi, pengucap perlu tahu keperluan, nilai dan keinginan audiens (Higgins & Walker, 2012). Justeru, seseorang pengucap perlu bijak menggunakan rayuan emosi yang bersesuaian, dengan mengambil kira status, umur dan ciri lain audiens (Mshvenieraze, 2013).

4.0 Metodologi

Kajian ini menggunakan Teks Ucapan Prapelancaran Keluarga Malaysia oleh YAB Datuk Seri Ismail Sabri sebagai data kajian. Program Keluarga Malaysia diperkenalkan oleh beliau pada 22 Ogos 2021 dalam ucapan sulungnya selepas dilantik sebagai Perdana Menteri ke-9. Kajian ini menggunakan persampelan bertujuan dan bersifat selektif. Dalam kajian ini, data yang hendak digunakan ialah wacana slogan kepimpinan kerajaan Perdana Menteri Malaysia ke-9. Hal ini bertepatan dengan pandangan Arba'ie Sujud et al. (2015) menyatakan bahawa pemimpin politik merupakan individu utama dalam aspek pemerintahan. Berjaya atau tidak sesebuah organisasi itu adalah bermula daripada sikap dan tanggungjawab pemimpin politik dalam menggerakkan pemerintahan yang diamanahkan dalam mengutamakan kesejahteraan dan kesejahteraan rakyat yang dipimpinnya. Majlis Program Keluarga Malaysia dilancarkan pada 21 Oktober 2021 di Pusat Konvensyen Borneo, Kuching Sarawak. Data teks ucapan ini mempunyai 35 buah perenggan dan 53 baris ayat dan telah dimuat turun melalui Laman Web Rasmi, Pejabat Perdana Menteri Malaysia di talian berikut: <https://www.pmo.gov.my/ms/2021/10/teks-ucapan-sempena-pelancaran-keluarga-malaysia-2/>. Dalam kajian

ini, pengkaji menggunakan kaedah analisis kandungan bagi menghuraikan kaedah retorik yang terdapat dalam teks ucapan pra pelancaran Keluarga Malaysia mengikut kerangka Teori Retorik Aristotle.

5.0 Dapatan Kajian

Dapatan kajian menunjukkan bahawa ketiga-tiga kaedah retorik, ethos, pathos dan logos dimanfaatkan oleh pengucap dalam wacana ucapan pra pelancaran Keluarga Malaysia. Pathos merupakan kaedah yang paling dominan digunakan, diikuti dengan kaedah logos dan paling sedikit ialah kaedah ethos.

Jadual 1: Kaedah Retorik dalam Ucapan Keluarga Malaysia

Kaedah Retorik	Kekerapan	Peratusan (%)
Pathos	10	45.5
Logos	8	36.3
Ethos	4	18.2
Jumlah	22	100

Jadual 1 menunjukkan bahawa kaedah retorik pathos mencatatkan kekerapan yang tertinggi dalam data kajian, iaitu sebanyak 10 kali (45.5%). Kaedah retorik kedua tertinggi ialah logos dengan penggunaan sebanyak 8 kali (36.3%) dan diikuti kaedah ethos yang paling sedikit dipaparkan iaitu sebanyak 4 kali (18.2%). Daripada pemaparan kekerapan kaedah retorik ini, didapati pengucap gemar menggunakan rayuan emosi (pathos) dalam menghasilkan ucapan yang mampu meraih sokongan audiens terhadap program Keluarga Malaysia ini. Analisis ketiga-tiga kaedah retorik pathos, logos dan ethos serta perbincangan adalah seperti yang berikut:

5.1 Pathos

Pathos merujuk kepada perasaan penonton dan ia bergantung kepada kesan pemujukan oleh pengucap untuk mencetuskan emosi penonton seperti gembira kesedihan, kepuasan, kasihan atau ketakutan (Aho, 1985). Berikut merupakan contoh data pathos yang digunakan dalam data kajian ini.

-
- 1 Mengambil contoh sebuah keluarga, andai kata ada di kalangan anak kita yang lemah dari segi pembelajaran, sudah tentu kita akan memberi lebih tumpuan. Apatah lagi jika ada ahli keluarga yang kurang bernasib baik dalam kehidupan, pasti kita akan menghulurkan pertolongan dan tidak membiarkan mereka berseendirian.

(P5:B1-6)

2 Lantaran itu, Keluarga Malaysia adalah manifestasi paling andal sebagai panduan untuk kita memulihkan negara. *Toklah keluarga kita yang hidup aman dan sejahtera. Kita semua tok Keluarga Malaysia.*

(P14:B1-4)

3 Kisah 13 anak yang masih kecil usianya daripada dua buah keluarga, hilang tempat bergantung dan berpaut kasih. Adik Nazurah Nabilah binti Benyajeed, berusia 19 tahun yang terpaksa menjaga 7 adiknya, manakala adik Hadrami bin Hasil menjadi kepala keluarga pada usia 11 tahun, untuk meneruskan kelangsungan hidup bersama 4 adiknya. Ironinya, adik bongso Hadrami baru berusia 3 tahun.

(P27:B1-7)

Data 1 hingga 3 menunjukkan penggunaan kaedah retorik pathos. Hal ini demikian kerana pada data 1, pengucap cuba memujuk emosi audiens untuk mempercayai usaha mereka dalam menjayakan program Keluarga Malaysia. Dalam ayat ini beliau cuba meyakinkan audiens bahawa kerajaan akan membantu sesiapa sahaja anak-anak yang ketinggalan dari segi pelajaran. Menerusi ayat “Mengambil contoh sebuah keluarga, andai kata ada di kalangan anak kita yang lemah dari segi pembelajaran, sudah tentu kita akan memberi lebih tumpuan. Apatah lagi jika ada ahli keluarga yang kurang bernasib baik dalam kehidupan, pasti kita akan menghulurkan pertolongan dan tidak membiarkan mereka bersendirian”, beliau menggunakan analogi ‘keluarga’ bagi merujuk masyarakat besar di Malaysia dan ungkapan ‘anak’ bagi merujuk kanak-kanak daripada keluarga yang memerlukan bantuan. Analogi seperti ini digunakan untuk menyentuh emosi audiens agar lebih dekat dengan pengucap dan audiens terutamanya pihak yang mengalami masalah tersebut terasa tidak keseorangan dengan janji kerajaan untuk membantu meringankan masalah mereka. Apabila ini berlaku, maka audiens akan menyokong usaha yang dilakukan kerajaan menerusi program Keluarga Malaysia ini.

Menerusi data 2, kaedah pathos ditemui pada ayat “Toklah keluarga kita yang idup aman dan sejahtera. Kita semua tok Keluarga Malaysia”. Pada ayat ini, didapati pengucap cuba mendekati penduduk Sarawak dengan berucap menggunakan dialek Melayu Sarawak yang bermaksud “Inilah keluarga kita yang hidup aman dan sejahtera, kita semua ni Keluarga Malaysia”. Penyelitan dialek Melayu Sarawak dalam ucapan beliau ini ternyata dapat merayu emosi audiens yang rata-ratanya terdiri daripada masyarakat Sarawak, kerana usaha menggunakan dialek tempatan ini akan dihargai oleh masyarakat setempat seterusnya menimbulkan rasa bangga kerana bahasa mereka dihargai. Apabila beliau dapat merayu emosi audiens menerusi cara ini, maka mesej yang hendak disampaikan kepada audiens akan mudah diterima oleh audiens.

Seterusnya data 3 turut mengaplikasikan kaedah retorik pathos melalui penggunaan rayuan emosi pada ayat “Kisah 13 anak yang masih kecil usianya daripada dua buah keluarga, hilang tempat bergantung

dan berpaut kasih. Adik Nazurah Nabilah binti Benyajeed, berusia 19 tahun yang terpaksa menjaga 7 adiknya, manakala adik Hadrami bin Hasil menjadi kepala keluarga pada usia 11 tahun, untuk meneruskan kelangsungan hidup bersama 4 adiknya. Ironinya, adik bongsu Hadrami baru berusia 3 tahun.” Pada data ini, pengucap menceritakan keperitan hidup yang dialami oleh dua keluarga ini apabila kehilangan ibu bapa akibat pandemik Covid 19. Kehilangan tempat bergantung ini menyebabkan dua remaja Nazurah dan Hadrami yang masing-masingnya berusia 19 dan 11 tahun terpaksa menggalas tanggungjawab sebagai ketua keluarga kepada adik-adik yang masih kecil. Kisah ini dikongsikan oleh pengucap untuk meraih emosi simpati audiens akan nasib yang menimpa keluarga ini dan menyeru audiens bersama-sama membantu keluarga ini serta keluarga lain yang ditimpa nasib serupa.

5.2 Logos

Logos merujuk kepada mesej yang merangkumi isi atau kandungan pengucapan atau penulisan (Amida, 2015). Ia digunakan untuk memberikan bukti tentang sesuatu idea atau hujah. Hal ini bermakna pengucap perlu meyakinkan audiens dengan mengemukakan bukti yang kukuh. Berikut merupakan contoh logos yang digunakan dalam data kajian:

4. Bagi tujuan ini, sekurang-kurangnya 50 peratus daripada keseluruhan peruntukan pembangunan asas persekutuan. Dalam Rancangan Malaysia Ke-12 (RMK-12), akan diagihkan kepada 6 negeri ini, melibatkan penyediaan infrastruktur asas, pendigitalan, pendidikan, perkhidmatan penjagaan kesihatan dan pembangunan ekonomi. Pendekatan yang sama juga akan menjadi intipati Bajet 2022 yang akan dibentangkan pada minggu hadapan.

(P8:B1-8)

5. Alhamdulillah perjuangan kita ini mula menampakkan sinarnya. Dengan semangat Keluarga Malaysia, hari ini, kita dapat melihat trend penurunan kes jangkitan COVID-19 harian sekitar 5 ribu kes berbanding lebih 23 ribu kes sebelum ini.

(P18:B1-4)

6. Program Imunisasi COVID-19 Kebangsaan (atau PICK Malaysia) juga telah mencapai lebih 94.4 peratus populasi dewasa dan PICK Remaja merekodkan 46.3 peratus remaja, yang telah lengkap menerima dos vaksin. Fasa pemberian dos penggalak juga telah dimulakan di negeri Sarawak bertuah ini.

(P19:B1-5)

Data 4 menunjukkan pengaplikasian kaedah retorik logos apabila pengucap mengumumkan bahawa 50 peratus daripada perbelanjaan asas persekutuan akan diagihkan kepada enam buah negeri yang kurang

membangun di Malaysia. Negeri-negeri tersebut ialah Sabah, Kelantan, Terengganu, Kedah, Perlis dan Sarawak. Pengumuman ini membuktikan usaha yang dilakukan oleh kerajaan bagi menyeimbangkan pembangunan antara negeri-negeri di Malaysia dan juga membuktikan bahawa kerajaan cakna tentang pembangunan semua negeri di Malaysia tanpa ada rasa pilih kasih. Oleh yang demikian, jumlah peruntukan yang bakal disalurkan akan mempengaruhi audiens untuk terus menyokong program ini yang dilihat memberi manfaat kepada rakyat keseluruhannya. Pembuktian ini melahirkan aras percaya dalam kalangan audiens terutama penduduk di Sarawak.

Data 5 memaparkan penggunaan kaedah logos dengan pernyataan statistik penurunan kes Covid-19. Penurunan kes Covid-19 dari 23 ribu kepada hanya 5 ribu jelas menunjukkan perbezaan ketara pengurangan kes COVID-19. Menurut pengucap, angka penurunan ini adalah hasil kerjasama semua rakyat Malaysia yang disifatkan sebagai satu keluarga dalam usaha membasmi pandemik COVID-19. Oleh yang demikian, audiens sudah semestinya akan mempercayai perkara yang diperkatakan oleh pengucap kerana telah disertakan dengan pemaparan bukti daripada statistik kajian. Hal ini menunjukkan pengucap dapat mengambil hati audiens untuk terus menyokong segala usaha yang dilakukan menerusi program Keluarga Malaysia kerana program ini bakal menjalankan pelbagai program yang memberi manfaat kepada rakyat.

Seterusnya pada data 6, ayat “Program Imunisasi COVID-19 Kebangsaan (atau PICK Malaysia) juga telah mencapai lebih 94.4 peratus populasi dewasa dan PICK Remaja merekodkan 46.3 peratus remaja, yang telah lengkap menerima dos vaksin. Fasa pemberian dos penggalak juga telah dimulakan di negeri Sarawak bertuah ini” didapati memanfaatkan ciri retorik logos apabila mengemukakan statistik peratusan golongan dewasa dan remaja Malaysia yang telah menerima suntikan vaksin. Statistik ini dipaparkan untuk membuktikan antara usaha yang telah dilakukan oleh kerajaan ke arah membantu negara mencapai status peralihan ke fasa endemik. Bukti ini dapat memberi keyakinan kepada audiens bahawa kerajaan melakukan usaha yang sejajar bagi membebaskan Malaysia dari pandemik COVID 19 yang telah melebihi dua tahun melanda dunia. Keyakinan pihak audiens terhadap bukti-bukti yang dikemukakan ini seterusnya akan mempengaruhi mereka untuk menyokong usaha kerajaan dalam membasmi pandemik COVID 19 dan menjayakan hasrat program Keluarga Malaysia.

5.3 Ethos

Menurut Amida (2015), ethos bermaksud keterampilan penutur atau pengkarya. Hal ini bermakna penutur atau pengucap memaparkan penampilan, kredibiliti dan karakter dirinya yang dapat memujuk audiens bagi mempercayai perkara yang diperkatakan. Berikut merupakan contoh ethos yang dipaparkan dalam data kajian:

-
7. Kerajaan hari ini yang bekerja dalam semangat sebuah keluarga, akan terus konsisten memberi tumpuan kepada program serta inisiatif yang melimpahkan kesejahteraan dan manfaat kepada seluruh Keluarga Malaysia.

(P23:B1-4)

-
8. KHO dan KPI ini menjadi komitmen dan kesungguhan kerajaan, untuk membawa negara keluar daripada keletihan pandemik.

(P25:B1-3)

-
9. Maka, dengan rasa rendah diri, saya ingin menyeru seluruh Keluarga Malaysia, untuk berkongsi kasih sayang dengan anak-anak ini, agar mereka dapat menikmati kehidupan seperti rakan-rakan seusia mereka.

(P29:B1-4)

Data 7 menunjukkan pemanfaatan kaedah retorik ethos menerusi petikan “Kerajaan hari ini yang bekerja dalam semangat sebuah keluarga, akan terus konsisten”. Penggunaan frasa ‘kerajaan hari ini’ menunjukkan pengucap merujuk dirinya mewakili kerajaan yang sedia ada, manakala frasa “...yang bekerja dalam semangat sebuah keluarga, akan terus konsisten”. bermaksud sentiasa dan tidak jemu-jemu membantu serta menyokong apa-apa usaha yang akan memberi faedah kepada rakyat yang dianggap sebagai sebuah keluarga dalam program Keluarga Malaysia. Frasa tersebut yang jelas menunjukkan karakter pengucap yang mahu bekerjasama dengan rakyat dan membentuk kerjasama ini sebagai sebuah Keluarga Malaysia dapat menarik perhatian audiens tentang kesungguhan yang ditunjukkan kerajaan, iaitu dasar kepimpinan yang bertanggungjawab bagi membantu golongan rakyat, khususnya yang dalam kesusahan. Karakter kepimpinan yang ditunjukkan ini dapat memujuk audiens untuk bersama-sama percaya bahaswasanya program Keluarga Malaysia akan memberi pelbagai manfaat kepada rakyat dan hal ini mendorong mereka menyokong kejayaan program ini.

Data 8, menerusi ayat “KHO dan KPI ini menjadi komitmen dan kesungguhan kerajaan, untuk membawa negara keluar daripada keletihan pandemik’ turut mempamerkan penggunaan kaedah ethos. Hal ini demikian kerana menerusi ayat ini, pengucap memaparkan ciri pemimpin yang diingini rakyat iaitu bertanggungjawab dan komited untuk membela nasib rakyat. Ayat ini menunjukkan sikap dan pendirian kerajaan yang diwakili dirinya komited ingin membebaskan Malaysia daripada cengkaman pandemik COVID-19 melalui dua inisiatif dalam program Keluarga Malaysia iaitu Key Happiness Outcome (KPO) dan Petunjuk Prestasi Utama (KPI). Kesungguhan sikap dan pendirian ini yang ditonjolkan menerusi ucapan pengucap menimbulkan kepercayaan audiens terhadap pengucap dan kerajaan yang diwakilinya akan perkara yang mereka bakal lakukan bagi menjayakan program Keluarga Malaysia. Kepercayaan audiens ini seterusnya akan memudahkan pihak kerajaan memujuk audiens menjayakan program Keluarga Malaysia ini.

Seterusnya, data 9 jelas menunjukkan penggunaan kaedah retorik ethos menerusi ayatv“Maka dengan rasa rendah diri, saya ingin menyeru seluruh Keluarga Malaysia...”. Dengan penggunaan frasa ‘dengan rendah diri, saya...’, mempamerkan keperibadian dan karakter pengucap sebagai pemimpin yang mesra rakyat dan tidak meninggi diri dan ingin mengajak semua pendengar menghulurkan bantuan dan menyayangi keluarga yang terjejas, terutama dua keluarga yang sedang dibincangkan kerana mereka kehilangan tempat bergantung apabila kedua-dua ibu bapa mereka meninggal dunia disebabkan COVID-19. Sikap dan karakter positif yang dipamerkan ini akan menambat hati pendengar dan seterusnya dapat mempengaruhi mereka mengambil langkah menyahut seruan yang dilaungkan oleh pengucap menerusi program Keluarga Malaysia.

5.4 Gabungan Ethos dan Pathos

Dapatan kajian menemui satu data yang menggabungkan penggunaan ethos dan pathos seperti yang berikut:

-
10. Dalam merealisasikan matlamat Keluarga Malaysia yang menekankan nilai-nilai Keterangkuman, Kebersamaan dan Kesyukuran, kerajaan akan memantau secara dekat pelaksanaan program dan inisiatif yang dirancang, khususnya Sabah dan Sarawak, dalam usaha memastikan kita sama-sama membangun sebagai sebuah Keluarga Malaysia.

(P9:B1-6)

Menerusi data 10 yang dipaparkan, terdapat gabungan penggunaan kaedah retorik ethos dan pathos. Ethos dapat dikesan menerusi ayat “kerajaan akan memantau secara dekat pelaksanaan program dan inisiatif yang dirancang, khususnya Sabah dan Sarawak”. Menerusi ayat ini, ethos ditonjolkan apabila pengucap menegaskan pendirian kerajaan yang diwakilinya akan benar-benar melibatkan diri secara dekat semua usaha yang dirancang dalam program Keluarga Malaysia, terutamanya yang melibatkan negeri Sabah dan Sarawak. Dalam hal ini, pengucap menunjukkan karakter bertanggungjawab dalam memastikan program yang dirancang dapat memberi manfaat kepada semua rakyat, khususnya di Sabah dan Sarawak. Oleh kerana ucapan ini disampaikan semasa pengucap berada di Sarawak, maka kaedah ethos yang dipaparkan dapat meyakinkan rakyat Sarawak khususnya dan rakyat Malaysia umumnya bahawa inisiatif dan program dalam Keluarga Malaysia memang memberi manfaat kepada mereka.

Seterusnya frasa “dalam usaha memastikan kita sama-sama membangun sebagai sebuah Keluarga Malaysia.” pula memaparkan kaedah retorik pathos. Ia dikatakan mempunyai kaedah pathos apabila pengucap meletakkan dirinya sebagai sebahagian daripada ahli dalam Keluarga Malaysia dan hal ini memaparkan nilai-nilai keterangkuman dan kebersamaan yang termaktub dalam nilai-nilai Keluarga Malaysia. Nilai

kebersamaan yang dipamerkan dapat merayu emosi audiens yang berasakan bahawa kerajaan amat bertanggungjawab dalam memastikan kesejahteraan rakyat kerana sanggup bersama-sama membangunkan ekonomi rakyat dan bekerjasama dengan rakyat sebagai sebuah Keluarga Malaysia tanpa mengira kaum.

6.0 Perbincangan

Hasil daripada dapatan kajian, pengucap telah memanfaatkan ketiga-tiga kaedah retorik pathos, logos dan ethos yang dikemukakan oleh Aristotle bagi mencapai hasrat menjayakan program Keluarga Malaysia. Hal ini menunjukkan penggunaan ketiga-tiga kaedah retorik ini digabungkan bagi menguatkan hujah dalam wacana kepimpinan ini. Walau bagaimanapun, pengucap didapati cenderung mengaplikasikan kaedah retorik pathos berbanding logos dan ethos dalam wacana ini. Hal ini terbukti apabila kaedah pathos merupakan kaedah retorik yang paling kerap digunakan untuk memperoleh sokongan audiens terhadap slogan yang dibawa. Menerusi kaedah pathos, pengucap didapati mempengaruhi emosi audiens melalui analogi, rasa kekitaan, mahupun penceritaan untuk merayu mereka mempercayai bahawa slogan Keluarga Malaysia perlu disokong seterusnya dijayakan. Hal ini menunjukkan bahawa pengucap menyedari emosi audiens perlu diberi perhatian dan ditangani untuk mendapatkan sokongan mereka menjayakan program Keluarga Malaysia, sesuai dengan konsep 'keluarga' yang ingin dipupuk dalam program ini, iaitu keterangkuman, kebersamaan dan kesyukuran.

Selain itu, pengucap didapati mampu menarik dan memujuk khalayak untuk bersama-sama menjayakan program Keluarga Malaysia apabila mengemukakan pelbagai bukti dan fakta (logos) dalam teks ucapan tersebut. Bukti data yang digunakan oleh pengucap dipetik daripada sumber statistik, laporan dan contoh bagi memperkukuh hujah pengucap. Penggunaan maklumat fakta ini turut ditemui dalam dapatan Lee (2001) yang menyatakan bahawa Tun Mahathir banyak menggunakan teknik pernyataan maklumat (logos). Segala fakta ini menjadi suatu daya penarik yang cukup kuat untuk rakyat menyokong usaha yang dilakukan oleh kerajaan menerusi program Keluarga Malaysia yang mengajak masyarakat Malaysia bersatu tanpa mengira agama, keturunan dan budaya.

Selain itu, kaedah retorik ethos kurang dimanfaatkan dalam ucapan kepimpinan ini dan disokong oleh pandangan Mua'ti (2007) bahawa kaedah retorik ethos kurang dipilih untuk menyampaikan pemikiran pengucap. Kaedah ethos dalam data kajian ditonjolkan menerusi kata ganti 'saya' dan 'kerajaan' dan diikuti pemaparan karakter dan kredibilitinya sebagai pemimpin yang bertanggungjawab dan mempunyai sikap kebersamaan membela nasib rakyat (yang turut mewakili kerajaan pimpinannya), pemaparan sifat rendah diri meletakkan diri pengucap sebagai individu yang bersama-sama akan berusaha menjayakan inisiatif dalam program Keluarga Malaysia. Kaedah ethos yang dipamerkan ini memainkan peranan penting sebagai daya pengaruh kepada pemujukan rakyat agar menyokong program Keluarga Malaysia ini.

Dapatan kajian ini didapati selari dengan dapatan kajian Isai et al. (2020) dan Ting (2018) yang juga mendapati bahawa pathos merupakan kaedah yang paling kerap digunakan dalam penulisan rayuan pelajar mereka kepada pensyarah masing-masing. Tawakkal et al. (2019) juga menemui dapatan yang sama dalam ucapan politik Jokowi. Hal ini menunjukkan pathos memang memainkan peranan penting dalam komunikasi sama ada berbentuk lisan mahupun penulisan. Walau bagaimanapun, dapatan kajian ini berbeza dengan kajian Alkhirbash (2014) yang menemui ethos dan Lee (2001) mendapati teknik pernyataan maklumat secara logik dan fakta (logos) mendominasi ucapan politik Tun Mahathir Mohamad. Meskipun ada perbezaan pemanfaatan kaedah retorik, namun gabungan ketiga-tiga kaedah retorik ini membentuk rayuan dan pengaruh yang kuat terhadap audiens. Selain itu, dapatan kajian ini turut memaparkan kaedah retorik pathos dan logos membantu menonjolkan retorik ethos dalam teks ucapan seseorang pemimpin.

7.0 Kesimpulan

Dapatan kajian ini menunjukkan ketiga-tiga kaedah retorik pathos, logos dan ethos telah diaplikasi dalam wacana ucapan Program Keluarga Malaysia. Pathos merupakan kaedah retorik yang paling dominan digunakan dalam wacana tersebut, diikuti oleh logos dan yang paling sedikit ialah ethos. Hal ini menunjukkan pengucap cenderung menggunakan rayuan emosi (pathos) bagi memujuk audiens untuk bersama-sama menjayakan program Keluarga Malaysia yang bertujuan membantu golongan rakyat Malaysia yang terjejas akibat pandemik COVID-19. Rayuan emosi yang digunakan untuk tujuan tersebut adalah dengan cara meraih simpati audiens menerusi perkara yang diperkata dan menimbulkan perasaan kekitaan dalam kalangan audiens. Ethos pula paling kurang digunakan dalam ucapan kepimpinan ini. Pengucap didapati tidak terlalu menonjolkan dirinya tetapi cenderung mempengaruhi audiens menerusi sentuhan emosi. Hal ini disebabkan kreadibiliti pengucap tidak dapat disangkal lagi kerana telah berkecimpung dalam bidang politik sejak tahun 1987.

Pemanfaatan kaedah rayuan dan pengaruh pengucap untuk membawa audiens menghayati dan menjayakan program Keluarga Malaysia. Rayuan dan pengaruh ini amat diperlukan bagi meraih sokongan audiens terhadap gagasan penting dalam program ini, iaitu rakyat Malaysia tanpa mengira agama, bangsa dan keturunan berganding bahu memulihkan negara daripada impak negatif akibat pandemik COVID-19. Konsep 'keluarga' diaplikasikan dalam program ini kerana penerapan nilai-nilai didikan baik dalam kalangan rakyat Malaysia laksana sebuah keluarga. Apabila sebuah negara teguh bersatu padu, ia dapat membantu aspirasi jangka masa panjang Malaysia untuk mencapai status negara maju dan berpendapatan tinggi berlandaskan Keberhasilan Kebahagiaan (KHO).

Rujukan

- Abdul Mua'ti Ahmad. (2005). *Pemikiran Tun Dr. Mahathir Mohamad: Satu Kajian Terhadap Penghujahan Logik dalam Ucapan di Perhimpunan Agung UMNO (1982-2003)*. Tesis doktor falsafah. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Abdul Mua'ti@Zamri bin Mohamad. (2007). *Pemikiran Tun Dr. Mahathir Mohamad*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Abdullah Hassan & Ainon Mohd. (2003). *Teori dan Teknik Ucapan Berpengaruh*. Kuala Lumpur. Utusan Publication. Sdn. Bhd.
- Ahmad Zahid Hamidi. (2004). *Pidato politik: menjana kredibiliti mendepani khalayak*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn. Bhd.
- Aho, J. (1985). Rhetoric and the invention of double entry bookkeeping. *Rhetorica. A Journal of the History of Rhetoric*, 3, 21–43.
- Alkhirbash, A.R, Paramasivam, S & Abdul Muati @ Zamri Ahmad (2014). Aspects Of Persuasive Language In Selected Speeches Of Mahathir Mohamad. *Journal of Language and Communication*, 1(1), 38-52.
- Amida Abdulhamid. (2015). *Retorik : Yang Indah itu Bahasa*. DBP. Kuala Lumpur.
- Asrul Azuan Mat Dehan & Nor Azuwan Yaakob. (2015). *Teknik Retorik dalam Novel Salina Karya A. Samad Said*. *Universiti Putra Malaysia*. Diambil daripada, <https://journal.ump.edu.my/ijleal/article/view/463>.
- Asrul Azuan Mat Dehan & Nor Azuwan Yaakob. (2017, June). Keanekaragaman retorik gaya trope dalam penulisan novel Salina. *International Journal of Language Education and Applied Linguistics*. Volume 6. No. 1.
- Arba'ie Sujud, Salihahs Razak & Siti Rabiatul Adawiah Jaffar. (2015). Pemikiran Politik: Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Novel Shanon Ahmad. *International Journal of the Malay World and Civilization*. Volume 3(1), 67-68.
- Awang Sariyan, (2006, Januari). Retorik sebagai alat berbahasa. *Pelita Bahasa*, 18 (1), 8-12.
- Brooks, C., & Warren, R. P. (1979). *Rhetoric Modern* (4th ed.). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, Publishers.
- Chai Nyun Chow, (2020). *Penggunaan Retorik Dalam Ucapan Politik Tun Mahathir Bin Mohamad Pasca Kemenangan Pakatan Harapan*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaysia Sarawak, Kuching. Dipetik dari <https://ir.unimas.my/id/eprint/34853/1/PENGGUNAAN%20RETORIK%20DALAM%20UCAPAN%20POLITIK%20TUN%20MAHATHIR.pdf>
- Demirdogen, U. D. (2010). The roots of research in (political) persuasion: ethos, pathos, logos and the yale studies of persuasive communications. *International Journal of Social Inquiry*, 3(1), 189-201.
- Farzana Binti Adnan & Suziana Binti Mad Saad. (2020). Analisis Wacana Kritis Bahasa Dan Kuasa: Kepimpinan dan Permuafakatan, *Jurnal Wacana Sarjana*, Volume 4(3) June 2020: 1-18; Dipetik daripada <http://journalarticle.ukm.my/16786/1/320-Article%20Text-474-1-10-20200713.pdf>
- Gabrielsen, J. & Christiansen, T. J. (2010). *The Power of Speech*. Denmark: Gyldendal.
- Goldhaber, G.M. (1992). *Komunikasi dalam organisasi*. terj. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Higgins, C. & Walker, R. (2012). Ethos, logos, pathos: strategies of persuasion insocial/environmental reports. *Accounting Forum*, 36, 194-208.
- Isai, K., Lin, T., Ching, H. S., Selvajothi, R., & Maruthai, E. (2020). Using Rhetorical Approach of Ethos, Pathos and Logos by Malaysian Engineering Students in Persuasive Email Writings. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(4), 19 - 33. <https://doi.org/https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i4.386>
- Kamarul Ariffin Md Yassin (2016, 20 September). *Bagaimana Pemimpin Politik Menunduk Rakyat Dengan Ucapan*. Dicapai daripada <https://sarawakvoice.com/2016/09/20/bagaimana-pemimpin-politik-menunduk-rakyat-dengan-ucapan/>
- Lanham, R. A. (1991). *A handlist rhetorical terms*. London: University of California Press.

- Lee Ai Chat. (2001). *Analisis Teks Ucapan Politik Bahasa Melayu Dari Segi Retorik: Satu Kajian Kes Terhadap Ucapan Politik Dr. Mahathir Mohamad*. Disertasi sarjana. Fakulti Bahasa dan Linguistik, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Mohd Ridzaudin Roslan (2021, Ogos 18). Penilaian pemimpin berdasarkan status hidup rakyat. *Kosmo*. <https://www.kosmo.com.my/2021/08/18/penilaian-pemimpin-berdasarkan-status-hidup-rakyat/>
- Mohamad Sofuan Bin Mohamad Saleh. (2020). Pandemik Covid 19: Kesan Negatif dan Positif. *Proceeding of the 7th International Conference on Management and Muamalah 2020 (ICoMM 2020)* dipetik daripada http://conference.kuis.edu.my/icomm/7th/images/eprosiding/18_SOFUAN.pdf
- Muhammad Mazlan bin Abu Bakar (2015). *Retorik Pembangunan Sosioekonomi Masyarakat dalam Laporan Media*. (Tesis Sarjana yang belum diterbitkan). Universiti Putra Malaysia, Serdang.
- Mohammed Shukry & Azimah Shurfa. (2010). *A critical discourse analysis of Mahathir Mohamad's speeches against the war on terror / Azimah Shurfa Mohammed Shukry*. Masters thesis, Universiti Malaya.
- Mohd Daud Mat Din & Mohd Izani Mohd Zain (2022, 15 Jun), Perjelas konsep Keluarga Malaysia elak dianggap retorik kosong. *Berita Harian Online*. <https://origin.bharian.com.my/rencana/lain-lain/2021/09/859648/perjelas-konsep-keluarga-malaysia-elak-dianggap-retorik-kosong>
- Mshvenieradze, T. (2013). *Logos, ethos and pathos in political discourse*. Faculty of Arts and Sciences, Iliia State University, Tbilisi, Georgia.
- Norhaifa Bakar. (2004). *Retorik pengucapan Datuk Abu Hasan Din Al-Hafiz*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Omar Zin, (2022, 15 Jun), Sepakat selamatkan Keluarga Malaysia – Ismail Sabri. *Utusan Digital*. <https://www.utusan.com.my/terkini/2021/08/sepakat-selamatkan-keluarga-malaysia-ismail-sabri/>
- Osman, Z. Ismail, S. F. S., & Yusoff, N. (2017). Retorik dalam pengucapan Strategi Lautan Biru. *Journal on Leadership and Policy*, 2(1), 108-125.
- Raminah Sabran. (2002). Retorik pemujukan dan pemerian. *Pelita Bahasa* 14(12): 42-43.
- Tawakkal, A., Awang Pawi, A.A. & Kaur, S. (2019). A Rhetoric Of Jokowi In The Last Day Campaign Speech On 13 April 2019: The Persuasion Of Logos, Pathos, Ethos. *Infrastructure University Kuala Lumpur Research Journal*. Vol.7 No.2 2019. https://iukl.edu.my/rmc/wp-content/uploads/sites/4/2020/12/10.-SS_Alamasyah.pdf
- Ting, S. H. (2018). Ethos, Logos and Pathos in University Students' Informal Requests. *GEMAOnline® Journal of Language Studies*, 18(1).
- Zamri, N. N., & Aini, Z. (2021). Retorik dalam Dakwah Nik Abdul Aziz Nik Mat. *Jurnal Pengajian Islam*, 149-158. Retrieved from <http://jpi.kuis.edu.my/index.php/jpi/article/view/63>
- Zulkifley Hamid, Norida Berhan & Kartini Abd Wahab. (2015). Application Of Rhetorical Styles As A Determinant Of The Effectiveness Of Oral Communication In Public Lectures. *Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 673-686. Retrieved from http://journalarticle.ukm.my/10039/1/V31_2_39.pdf