

Penggunaan Gaya Bahasa Retorik dalam Pelaporan Berita Politik di Berita Televisyen

The Use of Rhetorical Language Style in Political News Reporting on Television News

Julaina Nopiah

julainanopiah@iium.edu.my

Nurfatihah Izzati Samarrudin

fatihahsamarrudin@gmail.com

Universiti Islam Antarabangsa Malaysia, Malaysia

Published: 11 Oktober 2024

To cite this article (APA): Nopiah, J., & Samarrudin, N. I. (2024). Penggunaan Gaya Bahasa Retorik dalam Pelaporan Berita Politik di Berita Televisyen. *PENDETA*, 15(2), 37–51. <https://doi.org/10.37134/pendeta.vol15.2.3.2024>

To link to this article: <https://doi.org/10.37134/pendeta.vol15.2.3.2024>

Abstrak

Berita televisyen merupakan bentuk media yang memiliki potensi besar untuk mempengaruhi pandangan dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu penting. Antara elemen penting dalam penyampaian maklumat melalui berita televisyen adalah gaya bahasa yang digunakan. Gaya bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi yang signifikan dalam membentuk penyampaian dan penerimaan informasi oleh penonton secara berkesan. Salah satu gaya bahasa yang menjadi seni dalam komunikasi adalah retorik. Penggunaan retorik dalam berita televisyen bukan hanya memberikan keberkesanan dalam penyampaian maklumat tetapi turut menambah warna dan kehidupan kepada pengucapan. Walau bagaimanapun, penyalahgunaan seni retorik dalam berita televisyen akan merosakkan kepercayaan masyarakat terhadap pengamal media. Masalah penerimaan maklumat yang tidak tepat kesan daripada kurangnya kemahiran dalam penggunaan gaya bahasa retorik oleh pihak penutur juga dapat menjejaskan kelancaran aktiviti komunikasi. Oleh itu, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti dan menganalisis penggunaan gaya bahasa retorik dalam berita televisyen berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15 berdasarkan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993). Kaedah analisis kandungan terhadap 260 buah video berita dari Berita RTM dan Buletin Awani mendapati retorik pemujukan paling dominan digunakan, iaitu sebanyak 47.19%. Hal ini membuktikan penggunaan retorik membantu pengamal media dalam menyampaikan idea atau pendapat dengan berkesan. Hasil dapatan kajian juga mendapati kehadiran empat jenis retorik iaitu pendedahan, penghujahan, pemujukan dan penरणan.

Kata kunci: RTM; Astro Awani; Gaya Bahasa; Retorik; Berita Televisyen

Abstract

Television news is a form of media that holds great potential to influence the perspectives and understanding of the public on important issues. One of the crucial elements in delivering information through television news is the use of language style. Language style functions as a significant communication tool in shaping the effective conveyance and reception of information by the audience. One of the particular language style that serves as an art in communication is rhetoric. The use of rhetoric in television news not only enhances the effectiveness of information delivery but also adds color and vibrancy to the presentation. However, the misuse of the art of rhetoric in television news can damage the public's trust in media practitioners. Issues stemming from the inaccurate reception of information due to a lack of proficiency in using rhetorical language by speakers can also disrupt the smooth flow of communication activities. Therefore, this study is conducted to identify and analyze the use of rhetorical language in television news related to the 15th State Legislative Assembly Election (DUN) based on Modern Rhetoric Theory by Enos and Brown (1993). Content analysis method on 260 news videos from Berita RTM and Buletin Awani found that the most dominant rhetoric used is persuasion which brings 47.19%. This proves that the use of rhetoric assists media practitioners in effectively conveying ideas or opinions. The study's findings also indicate the presence of four types of rhetoric: exposition, argumentation, persuasion, and explanation.

Keywords: RTM; Astro Awani; Language Style; Rhetoric; Television News

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi yang berterusan, media memainkan peranan penting sebagai pintu gerbang untuk masyarakat mendapatkan maklumat. Berita televisyen merupakan bentuk media yang memiliki potensi besar untuk mempengaruhi pandangan dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu penting. Hal ini dikatakan demikian kerana bahasa memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Kamsiah Abdullah (2014) turut menyatakan bahawa kekuatan bahasa terletak pada ekspresi dan pengaplikasiannya, sama ada oleh pihak yang mempunyai kuasa (penutur) atau yang berada di bawah kuasa (pendengar). Antara elemen penting dalam penyampaian maklumat melalui berita televisyen adalah gaya bahasa yang digunakan. Gaya bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi yang signifikan dalam membentuk penyampaian dan penerimaan informasi oleh penonton secara berkesan. Salah satu gaya bahasa yang menjadi seni dalam komunikasi adalah retorik. Hal ini demikian kerana retorik membolehkan penutur meningkatkan kualiti penyampaian, terutamanya dalam komunikasi lisan (Dewi Samri, 2022).

Penggunaan gaya bahasa retorik dalam komunikasi bukanlah perkara baru, bahkan sudah banyak diaplikasikan dalam pelbagai medium seperti ceramah, iklan dan akhbar. Retorik juga merangkumi pemanfaatan bahasa yang memperlihatkan seni atau nilai estetika yang tinggi dalam pelbagai jenis wacana (Nor Azuwan et. al, 2018). Retorik iklan misalnya mempunyai fungsi memujuk bakal pembeli dan pengguna dari segi positif dan negatif, iaitu menyuruh membeli barangannya dan sekaligus meninggalkan barang yang lain (Siti Saniah, 2014). Terdapat kaedah kebahasaan, iaitu kaedah yang menggunakan daya cipta bahasa untuk mencapai tujuannya. Kajian ini diilhamkan oleh keperluan untuk meneroka penggunaan retorik sebagai elemen utama dalam penyampaian berita televisyen. Meskipun penggunaan retorik sering dianggap negatif kerana dikaitkan dengan manipulasi atau penggunaan bahasa yang berlebihan untuk mempengaruhi pendapat, namun, Nurul Nadiah Zamri dan Zulkefli Aini (2021:150) menyatakan “secara ilmiah, retorik mempunyai maksud yang bertentangan”. Hal ini demikian kerana pemahaman mendalam tentang penggunaan retorik dalam konteks berita televisyen dapat memberikan gambaran komunikasi yang dinamik antara pengamal media dan penonton. Bertitik tolak daripada itu, kajian ini dapat membantu pengamal media mengenal pasti strategi komunikasi yang berkesan dan mendidik masyarakat agar menjadi lebih kritis terhadap maklumat yang diterima.

Sebagai platform penyiaran yang terkemuka, Radio Televisyen Malaysia (RTM) dan Astro Awani memegang peranan penting dalam menyampaikan berita kepada masyarakat. Astro Awani merupakan jenama berita yang paling dipercayai di Malaysia, diikuti oleh RTM (Newman et. al, 2020). Buletin Awani dihasilkan oleh sebuah stesen berita 24 jam yang merupakan sebahagian daripada rangkaian Astro Malaysia, iaitu Astro Awani. Memandangkan ia merupakan sebahagian daripada platform berbayar Astro, Astro Awani cenderung menyajikan berita dengan fokus yang lebih khusus dan mendahulukan liputan analisis yang mendalam. Manakala Berita RTM pula merupakan platform berita milik syarikat penyiaran awam di Malaysia, iaitu Radio Televisyen Malaysia (RTM). Sebagai syarikat milik kerajaan, RTM memiliki tanggungjawab untuk menyajikan maklumat dan menyampaikannya secara objektif, bermutu dan seimbang.

PERNYATAAN MASALAH

Kajian mengenai strategi komunikasi melalui retorik dalam pelbagai wacana telah lama menarik minat penyelidik dari dalam dan luar negara kerana penggunaannya memberikan impak yang besar. Unsur retorik adalah aspek yang tidak dapat dipisahkan daripada sesebuah ucapan untuk menghasilkan daya tarikan yang berkesan serta dapat mempengaruhi masyarakat (Farah Hanini, Midiyana Mohamad & Saliza Ismail, 2022). Penelitian terhadap kajian lepas berhubung penggunaan retorik dilihat banyak

memberikan tumpuan terhadap data yang bersumberkan ceramah dan ucapan. Oleh itu, kajian ini dapat mempelbagaikan dan menambah sumber kajian retorik yang memfokuskan kepada berita televisyen.

Meskipun, komunikasi dalam berita televisyen merupakan komunikasi satu hala, namun masalah komunikasi masih dapat berlaku kerana hanya pembaca berita yang berkuasa terhadap penggunaan bahasa. Menurut Dewi Samri (2022), keberkesanan pertukaran maklumat antara pembicara dan audiens bergantung kemahiran pembicara itu menerangkan perkara yang hendak diucapkan. Oleh itu, masalah penerimaan maklumat yang tidak tepat kesan daripada kurangnya kemahiran dalam penggunaan gaya bahasa retorik oleh pihak penutur dapat menjejaskan kelancaran aktiviti komunikasi tersebut.

Penggunaan retorik dalam berita televisyen bukan hanya memberikan keberkesanan dalam penyampaian maklumat tetapi turut menambah warna dan kehidupan kepada pengucapan. Hal ini demikian kerana gaya bahasa retorik membolehkan pembaca berita menonjolkan aspek emosional, persuasif dan artistik dalam pengucapan mereka. Justeru, setiap ucapan akan kedengaran mendatar tanpa unsur retorik (Nurul Nadiah Zamri & Zulkefli Aini, 2021). Di samping itu, retorik turut memberikan dimensi tambahan kepada komunikasi seperti membangkitkan perasaan empati atau keprihatinan penonton. Secara tidak langsung, fungsi berita akan lebih efektif dalam menyampaikan pesanan dan merangsang tindakan atau pemikiran masyarakat seperti yang diinginkan oleh pihak pengamal media.

Walau bagaimanapun, penyalahgunaan seni retorik dalam berita televisyen akan merosakkan kepercayaan masyarakat terhadap pengamal media. Hal ini sekali gus menyulitkan perbincangan konstruktif tentang isu-isu penting dan memecahbelahkan masyarakat. Penyalahgunaan retorik, terutamanya jika digunakan secara manipulatif dapat menimbulkan ketidakpercayaan terhadap ketelusan dan objektiviti sesebuah berita. Kesannya, masyarakat mungkin menjadi skeptikal terhadap maklumat yang disampaikan oleh stesen berita. Dewi Samri dan Haziq Aisha (2021), menegaskan bahawa retorik yang digunakan dalam sesebuah wacana bukan sekadar dianggap sebagai suatu seni, tetapi juga membentuk pemikiran dan gaya hidup masyarakat. Penyalahgunaan retorik dalam berita televisyen dapat mengarah kepada pembentukan pandangan yang prejudis, malah, menyekat pemahaman yang sebenar terhadap sesuatu isu. Lantaran itu, tanggungjawab pengamal media dalam menggunakan seni retorik menjadi sangat penting untuk memastikan penyampaian berita tidak hanya efektif secara komunikatif tetapi juga beretika.

Tuntutan kritikal terhadap peranan berita dalam mempengaruhi masyarakat dan politik juga menjadi penyebab utama untuk menjalankan kajian ini. Justeru, kajian ini memilih berita mengenai Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15 di enam negeri, iaitu Kedah, Pulau Pinang, Selangor, Negeri Sembilan, Kelantan dan Terengganu. Dengan penekanan pada jenis retorik dan aspek penggunaan gaya bahasa, kajian ini diharapkan dapat menyumbang pemahaman yang mendalam tentang peranan yang dimainkan oleh retorik dalam penyiaran berita semasa Pilihan Raya Negeri (PRN) berlangsung.

SOROTAN KAJIAN

Penerapan gaya bahasa retorik membantu penutur menghasilkan ucapan yang berkualiti. Dalam kajian yang dilakukan oleh Nor Azuwan et. al (2018), gaya bahasa retorik dibincangkan sebagai unsur penting dalam penyampaian ceramah. Kajian yang telah dijalankan terhadap enam video ceramah agama yang disampaikan oleh tiga penceramah terkemuka iaitu Ustaz Azhar Idrus, Ustaz Kazim Elias dan Ustaz Don Daniyal Don Biyajid, telah membuktikan bahawa retorik merupakan seni berbahasa yang harus dikuasai. Penggunaan retorik mendukung pelbagai fungsi seperti membuatkan pesanan dalam ceramah lebih mudah difahami.

Selain itu, menurut Husna Hidayah dan Nor Azuwan (2018), pengaplikasian retorik pemerian dalam ceramah agama berperanan membantu audiens dalam menerima dan mengukuhkan pemahaman terhadap ilmu yang telah ada. Kajian kualitatif yang dilakukan terhadap 39 episod ceramah yang terdapat dalam rancangan Kalau dah Jodoh Siri 1 UKE mendapati bahawa retorik pemerian saintifik dan imaginatif telah diaplikasikan oleh penceramah. Husna Hidayah dan Nor Azuwan (2018) menyimpulkan penceramah menggunakan pemerian saintifik untuk menjelaskan penggunaan al-Quran dan hadis sebagai pegangan umat Islam terhadap hak dan batil manakala pemerian imaginatif untuk meningkatkan pemahaman khalayak serta menimbulkan kesan imaginasi terhadap perkara tersebut.

Seterusnya, penyelidikan yang dilakukan oleh Nurul Nadiah Zamri dan Zulkefli Aini (2021) menerapkan pendekatan yang berlainan dengan menggunakan elemen-elemen retorik seperti Logos, Ethos, dan Pathos. Logos merujuk kepada penggunaan hujah yang logik, manakala Ethos merujuk kepada kredibiliti atau wibawa pembicara dan Pathos merujuk kepada rayuan emosi. Dalam kajian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data melalui pembacaan 10 teks ucapan Nik Abdul Aziz Nik Mat. Hasil kajian ini mendapati ketiga-tiga elemen, Logos, Ethos dan Pathos diaplikasikan oleh Nik Abdul Aziz Nik Mat. Penggunaan ayat-ayat al-Quran dan hadis sebagai bukti kukuh dalam pengucapan menunjukkan kehadiran elemen Logos. Kredibiliti Nik Aziz Nik Mat sebagai seorang ulama dan pemimpin politik juga merupakan elemen Ethos. Selain itu, penggunaan perumpamaan yang jelas dalam ucapan untuk memudahkan pendengar memahaminya turut menggambarkan elemen Pathos. Menurut Nurul Nadiah Zamri dan Zulkefli Aini (2021), kemahiran dalam ilmu retorik untuk menghasilkan kesan yang positif dalam usaha berdakwah kepada masyarakat merupakan suatu keterampilan yang tidak dimiliki secara semula jadi, tetapi masih boleh dipelajari dan dipraktikkan mengikut cara tersendiri.

Di samping itu, Dewi Samri dan Haziq Aisha (2021) menyatakan bahawa retorik menjamin keberkesanan yang positif dalam setiap perutusan yang mengandungi arahan, teguran atau nasihat, terutama dalam keadaan genting. Dewi Samri dan Haziq Aisha (2021) memanfaatkan lima prinsip Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993) untuk menganalisis 20 perutusan rasmi berkaitan jangkitan COVID-19 di Negara Brunei Darussalam. Kajian ini mendapati bahawa retorik pendedahan paling dominan digunakan dalam perutusan rasmi kerana bertujuan memberikan maklumat baharu sekali gus menekankan kepetingan butiran yang disampaikan.

Sehubungan dengan itu, Dewi Samri (2022) mendapati pengaplikasian bahasa retorik dalam penyampaian mampu mempengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat ke arah yang positif. Kajian ini menitikberatkan pada setiap gaya bahasa retorik yang digunakan oleh Ustaz Kazim Elias, sekali gus menyelidiki peranan dan fungsinya dalam retorik tersebut. Jenis-jenis retorik ini dapat dikenal pasti melalui penggunaan penanda tertentu, seperti kata-kata pemerian, kata-kata penegas, kata-kata sifat, kata-kata perintah, kata-kata penguat, dan bahasa kiasan (simile dan metafora). Dewi Samri (2022) menyimpulkan ceramah memiliki impak dan pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat.

Maka dapat disimpulkan bahawa kajian melibatkan gaya bahasa retorik dapat membantu penutur menyampaikan mesej kepada pendengar walaupun menggunakan bahan kajian yang berbeza. Setiap ucapan mahupun penulisan mampu membentuk pengaruh terhadap audiens. Dalam hal ini, kekurangan kajian mengenai penggunaan retorik dalam berita perlu diketengahkan untuk meneroka impaknya terhadap audiens, menggunakan bahan data terkini yang berbeza daripada kajian sebelumnya.

Oleh hal yang demikian, kajian ini dijalankan bagi menganalisis penggunaan gaya bahasa retorik dalam berita televisyen berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undang Negeri (PRU DUN) ke-15 berdasarkan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).

OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini bertujuan:

1. Mengetahui jenis retorik yang digunakan dalam berita televisyen berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15.
2. Menganalisis penggunaan gaya bahasa retorik dalam berita televisyen berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15 berdasarkan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).

METODOLOGI

Pengkaji mempunyai pelbagai pandangan berkenaan reka bentuk kajian (Mokmin Basri, 2012). Bryman (2008) berpendapat bahawa reka bentuk kajian adalah kerangka yang digunakan dalam sesebuah kajian untuk mengutip dan menganalisis data. Bagi Creswell (2009) pula, reka bentuk kajian adalah rancangan bagi menjalankan kajian yang melibatkan interaksi antara falsafah, strategi dan kaedah kajian. Kajian ini mengaplikasikan kerangka reka bentuk kajian yang dikemukakan oleh Bryman (2008) kerana pengkaji ingin mengenal pasti dan menganalisis jenis retorik yang digunakan dalam berita televisyen berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15 berdasarkan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993). Walaupun terdapat beberapa kajian lepas yang turut menggunakan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993), namun kajian ini masih bersifat penerokaan berkenaan penggunaan retorik dalam berita televisyen. Oleh itu, kajian ini adalah sebuah kajian kualitatif dengan reka bentuk kajian analisis kandungan untuk mencapai objektif kajian yang dikemukakan.

Pengkaji memilih dua stesen siaran berita, iaitu Berita RTM oleh Radio Televisyen Malaysia (RTM) dan Buletin Awani oleh Astro Awani. RTM merupakan salah satu media di bawah agensi kerajaan yang dikendalikan oleh Kementerian Komunikasi dan Digital manakala Astro Awani pula merupakan saluran berita televisyen berbayar yang dimiliki oleh Rangkaian Astro Seluruh Asia (Astro Malaysia Holdings Berhad). Kajian ini memfokuskan kepada kedua-dua stesen berita tersebut untuk melihat penggunaan retorik dalam berita di bawah agensi kerajaan dan juga saluran berita berbayar. Pengkaji juga memilih berita Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15 kerana pertama kali dalam sejarah, Pilihan Raya Negeri dijalankan serentak di enam negeri (Harian Metro, 2023). Oleh itu, berita ini menjadi tumpuan masyarakat dalam menyaksikan peralihan Kerajaan Negeri. Antara negeri yang terlibat ialah Kedah, Pulau Pinang, Selangor, Negeri Sembilan, Kelantan dan Terengganu. Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) mengumumkan bahawa Pilihan Raya Negeri (PRN) di keenam-enam negeri berkenaan dijalankan serentak pada 12 Ogos, dengan tarikh penamaan calon ditetapkan pada 29 Julai, dan pengundian awal pada 8 Ogos (Bernama, 2023). Oleh itu, pengumpulan data kajian dijalankan selama dua bulan, iaitu Julai hingga Ogos.

Proses penganalisan data kajian ini dilakukan dengan terperinci dan berstruktur untuk memberikan pemahaman yang jelas terhadap penggunaan retorik dalam 260 video berita berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri ke-15. Kajian ini melibatkan dua sumber utama, iaitu Berita RTM dan Buletin Awani, di mana masing-masing menyumbangkan 130 video. Pengkaji memberikan tumpuan khusus kepada aspek retorik dalam analisis data, di mana dari 130 video RTM, hanya 39 video yang menggunakan retorik, manakala Buletin Awani pula memiliki 37 video daripada 130 video. Proses analisis data bermula dengan pengumpulan video berita dari kedua-dua sumber, dan seterusnya disusun dalam jadual yang terdapat di bahagian lampiran. Jadual tersebut digunakan sebagai alat untuk merekod jenis retorik yang digunakan dalam setiap video. Data yang diperolehi kemudiannya dianalisis dengan merujuk kepada Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993). Dengan pendekatan ini, kajian ini memastikan bahawa proses analisis data berjalan secara sistematik dan relevan dengan tujuan kajian. Hal ini dapat memudahkan pemahaman hasil kajian oleh pembaca dan pengkaji yang akan datang.

Teori Retorik Moden Enos dan Borwn (1993)

Menurut Nor Azuwan *et. al*(2018:4), Teori Retorik Moden merupakan perkembangan daripada Teori Retorik Klasik yang diasaskan oleh Aristotle ketika zaman Yunani dan Rom. Dalam Teori Retorik Klasik, Aristotle hanya menitikberatkan pada komunikasi lisan dengan menekankan pengaruh terhadap pendengar melalui perkataan. Walau bagaimanapun, Enos dan Brown memperluaskan ruang lingkup dengan memperkenalkan Teori Retorik Moden untuk merangkumi kedua-dua bentuk komunikasi, iaitu lisan (retorik pengucapan) dan bertulis (retorik penulisan)(Siti Nor Atikaf *et. al*, 2016:16; Nurulain & Che Ibrahim, 2016:15).

Walaupun berita televisyen menggunakan komunikasi lisan, namun ucapan yang disampaikan oleh pembaca berita berasal daripada sebuah skrip yang dikarang terlebih dahulu. Oleh itu, pengkaji memilih Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993) kerana bersesuaian dengan sampel kajian dan objektif kajian, iaitu mengenal pasti jenis retorik dan menghuraikan penggunaannya dalam berita televisyen. Terdapat lima jenis retorik, iaitu pendedahan (eksposisi), penghujahan (argumentatif), pemujukan (persuasif), penerangan (deksriptif) dan penceritaan (naratif).

Menurut Muhammad Mazlan dan Zaitul Azma (2016:16), Teori Retorik Moden mempunyai beberapa prinsip tertentu, iaitu:

1. Retorik memiliki perbezaan atau variasi bahasa. Bahasa retorik tidak mengikuti pola bahasa yang sederhana seperti ayat biasa, tetapi bersifat kreatif dan menarik.
2. Retorik melibatkan kepelbagaian atau perubahan dalam aspek makna. Gaya retorik tidak mengemukakan makna secara langsung, sebaliknya menekankan atau makna sebenar sesuatu ujaran yang difahami berdasarkan rangkaian ayat, konteks dan kontekstual.
3. Retorik bertujuan mencapai kesan yang lebih mendalam. Penggunaan retorik dalam sesuatu ujaran atau penulisan disengajakan dengan niat yang lebih mendalam, seperti menghuraikan makna dengan teliti, membangkitkan perasaan, dan memberi kesan yang signifikan kepada khalayak.
4. Retorik menekankan keindahan dalam pemilihan kata atau struktur ayat. Retorik lebih cenderung menggunakan pemilihan kata yang memiliki nilai seni (artistik) yang memperlihatkan elemen kebijaksanaan, kejelasan, keanggunan, kefasihan (kelancaran), dan keadilan (keyakinan).
5. Setiap ungkapan retorik yang cuba untuk difahami atau ditafsirkan oleh pembaca atau pendengar memerlukan kemampuan kognitif, psikologi, pemahaman sosial dan persekitaran bahasa. Dalam erti kata lain, titik kebenaran semantik tidak dapat dicapai jika makna yang difahami hanyalah berbentuk makna logik semata-mata.

DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Dalam bahagian ini, pengkaji mengenal pasti dan menganalisis 260 buah video berita dari Berita RTM dan Buletin Awani yang sudah ditranskripsikan. Berita tersebut berkaitan Pilihan Raya Umum Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15 di enam negeri, iaitu Kedah, Pulau Pinang, Selangor, Negeri Sembilan, Kelantan dan Terengganu.

Jenis Retorik Yang Digunakan Dalam Berita Televisyen

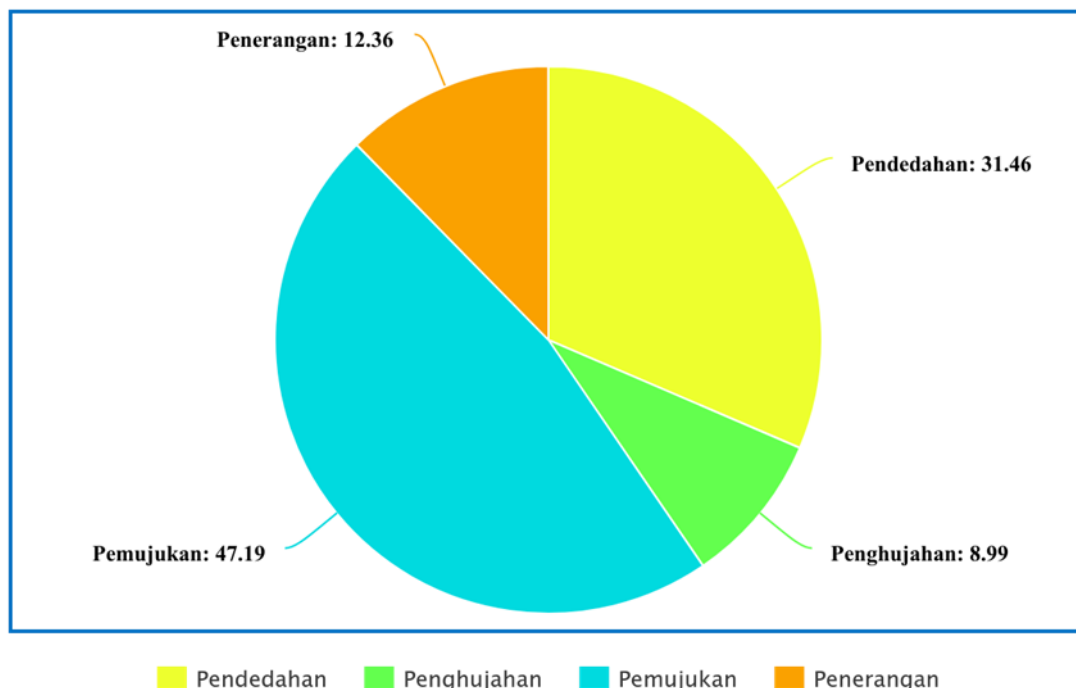
Gaya bahasa retorik merupakan teknik penulisan yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu idea atau maklumat mengikut konteks yang betul. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pengkaji

mendapati kedua-dua stesen yang dikaji menerapkan hanya empat jenis retorik, iaitu pendedahan, penghujahan, pemujukan dan penerangan. Jenis retorik penceritaan pula tidak ditemui.

Jadual 1 Jumlah Penggunaan Jenis Retorik dalam Berita Televisyen

Stesen Berita \ Jenis Retorik	Berita RTM	Buletin Awani	Jumlah
Pendedahan	9	19	28
Penghujahan	4	4	8
Pemujukan	22	20	42
Penerangan	7	4	11
Jumlah	42	47	89

Dalam Jadual 4.1 di atas, transkripsi kesemua video dari kedua-dua stesen berita, iaitu Berita RTM dan Buletin Awani, menunjukkan penggunaan pelbagai jenis retorik seperti pendedahan, penghujahan, pemujukan, dan penerangan. Terdapat 89 penggunaan gaya bahasa retorik yang telah dikenal pasti dalam kedua-dua stesen berita tersebut. Jenis retorik pemujukan menonjol sebagai unsur yang paling dominan, merangkumi 47.19% daripada keseluruhan kajian, diikuti oleh pendedahan dengan 31.46%. Pengkaji menyimpulkan bahawa penggunaan retorik pemujukan dan pendedahan dalam berita televisyen berkaitan PRU DUN ke-15 berupaya menyelaraskan isi berita dengan konteks pilihan raya dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan oleh kedua-dua stesen berita. Dewi Samri dan Haziq Aisha (2021) juga berpendapat bahawa kedua-dua jenis retorik tersebut berperanan memberikan maklumat sambil menekankan butiran-butiran penting. Jenis retorik penghujahan adalah yang paling sedikit digunakan iaitu sebanyak 8.99% dan retorik penerangan pula digunakan sebanyak 12.36%.



Rajah 1 Peratus Penggunaan Gaya Bahasa Retorik dalam Berita Televisyen

ANALISIS JENIS RETORIK YANG DIGUNAKAN DALAM BERITA TELEVISYEN BERDASARKAN TEORI RETORIK MODEN (1993)

Analisis jenis retorik ini terbahagi kepada empat bahagian iaitu retorik pendedahan (eksposisi), retorik penghujahan (argumentatif), retorik pemujukan (persuasif) dan retorik penerangan (deksriptif).

1. Retorik Pendedahan (Eksposisi)

Retorik pendedahan atau eksposisi merupakan gaya penulisan yang bertujuan memberikan informasi secara terperinci kepada pembaca atau pendengar. Dalam erti kata lain, retorik pendedahan melibatkan pemindahan suatu konsep atau idea tertentu daripada fikiran penutur kepada pihak pendengar (Dewi Samri & Haziq Aisha, 2021).

Menurut Nor Azuwan et. al (2018:61), tiga prinsip utama dalam retorik pendedahan ialah “penghasil wacana mesti memiliki kepakaran dalam subjek yang diperkatakan, khalayak tidak mempunyai pemahaman tentang subjek itu dan subjek yang dibicarakan tidak menimbulkan kontroversi sehingga mencetuskan perbezaan pendapat”. Hal ini demikian kerana penekanan pada informasi yang disampaikan secara teratur dapat mengurangkan kemungkinan kesalahfahaman daripada berlaku.

Keraf (seperti yang dipetik dalam Haziq Aisha, 2023) menjelaskan bahawa teknik retorik pendedahan merangkumi beberapa cara penulisan untuk menyampaikan sesuatu perkara kepada orang lain, iaitu pendefinisian, identifikasi, pengkategorian dan perbandingan. Dalam kajian ini, pengkaji mendapati kedua-dua stesen berita, iaitu RTM dan Astro Awani turut menggunakan cara penulisan tersebut kecuali retorik pendedahan melalui pengkategorian.

a) Pendedahan Melalui Pendefinisian

Menurut Haziq Aisha (2023:77), “teknik pendedahan secara pendefinisian melibatkan penggunaan kata pemerian ‘adalah’ dan ‘ialah’ di dalam ayat”. Hal ini menepati jenis retorik pendedahan yang diketengahkan oleh Enos dan Brown (1993) dalam Teori Retorik Moden, iaitu mendedahkan sesuatu perkara secara terperinci agar dapat difahami oleh audiens. Penggunaan kata pemerian dalam retorik pendedahan dapat membantu membezakan konsep atau idea yang didefinisikan dari konsep atau idea lain yang mungkin mempunyai persamaan.

Jadual 2 Penggunaan Retorik Pendedahan Melalui Pendefinisian

Data	Retorik Pendedahan
RTM (1a)	<i>Tempoh kempen ditetapkan Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) adalah 14 hari iaitu sehingga 11.59 malam 11 Ogos.</i> (Berita RTM, 29 Julai 2023)
Awani (1a)	<i>Perkara paling dibimbangi dalam Pilihan Raya Negeri hujung minggu ini ialah jumlah mereka yang akan keluar mengundi.</i> (Buletin Awani, 9 Ogos 2023)

Data-data di atas menunjukkan penggunaan kata pemerian dalam konteks dua stesen berita yang berbeza, iaitu Berita RTM dan Buletin Awani, dalam melibatkan retorik pendedahan melalui pendefinisian. Dalam RTM (1a), kata pemerian **adalah** digunakan untuk memberi keterangan yang lebih jelas kepada masyarakat tentang tempoh kempen yang ditetapkan oleh Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR). Hal ini menunjukkan strategi retorik pendedahan di mana penggunaan kata pemerian bertujuan mengemukakan maklumat dengan lebih terperinci dan memberikan penekanan kepada aspek tertentu yang dianggap penting, seperti tempoh kempen.

Dalam contoh Awani (1a) pula, kata pemerai **ialah** diletakkan sebelum frasa nama 'jumlah' untuk memberikan keterangan lanjut mengenai perkara yang dibimbangi dalam Pilihan Raya Negeri. Di sini, retorik pendedahan melalui pendefinisian difokuskan dalam memberikan penjelasan tambahan mengenai kebimbangan atau isu tertentu yang berkaitan dengan Pilihan Raya Negeri. Penggunaan kata pemerai bertujuan membentuk persepsi atau pemahaman yang lebih khusus terhadap sesuatu isu dan mempengaruhi pandangan masyarakat.

Dengan mengaitkan kedua-dua contoh tersebut, dapat dilihat bahawa penggunaan retorik pendedahan melalui pendefinisian dengan kata pemerai memainkan peranan penting dalam menyampaikan maklumat dengan jelas, menekankan aspek tertentu, dan membentuk pemahaman yang diinginkan oleh pihak media. Hal ini bertepatan dengan prinsip penggunaan retorik berdasarkan Teori Retorik Moden (Enos & Brown, 1993), iaitu ujaran atau penulisan disusun dengan niat mendalam untuk menghuraikan makna secara teliti.

b) Pendedahan Melalui Identifikasi

Gaya bahasa retorik pendedahan melalui identifikasi menggunakan kata-kata sendi nama 'seperti' dan 'antara'. Menurut Nik Safiah sebagaimana yang dinyatakan dalam Dewi Samri dan Haziq Aisha (2021:105), "kata sendi nama ini sering digunakan untuk memberikan contoh, langkah-langkah atau panduan tertentu yang terdiri daripada kata nama atau frasa nama".

Dalam erti kata lain, ia merupakan teknik penulisan yang digunakan untuk menyenaraikan ciri atau unsur bagi menjelaskan sesuatu perkara yang dibicarakan sebelumnya. Haziq Aisha (2023) juga berpendapat bahawa perkara yang ingin disampaikan oleh penulis hendaklah terlebih dahulu dikenal pasti, kemudian baru didedahkan kepada orang lain dengan cara yang teratur dan terperinci.

Jadual 3 Penggunaan Retorik Pendedahan Melalui Identifikasi

Data	Retorik Pendedahan
RTM (1b)	<i>Antara salah laku yang dikenal pasti ialah perbuatan khianat, merosakkan bendera dan bakar khemah parti.</i> (Berita RTM, 8 Ogos 2023)
Awani (1b)	<i>Pelbagai kemudahan dan pembangunan sudah tersedia di kawasan Ayer Lanas dalam Parlimen Jeli yang sejak sekian lama diwakili bekas Menteri di Jabatan Perdana Menteri (Ekonomi) Datuk Seri Mustapa Mohamed, begitupun masih ada yang perlu diberikan perhatian seperti capaian internet yang belum memuaskan di sesetengah kawasan.</i> (Buletin Awani, 11 Ogos 2023)

Dalam konteks RTM (1b), perkataan **antara** digunakan untuk menyenaraikan contoh-contoh konkrit atau spesifik mengenai perilaku yang dianggap tidak beretika atau bersifat salah laku dalam berkempen semasa Pilihan Raya Negeri berlangsung. Pendedahan terhadap perilaku ini bertujuan memberikan informasi kepada penonton mengenai isu-isu negatif atau kontroversial yang berlaku dalam konteks pilihan raya tersebut.

Manakala bagi Awani (1b) pula, perkataan **seperti** digunakan untuk menjelaskan atau menghuraikan isu tertentu, khususnya berkaitan dengan kemudahan di kawasan Ayer Lanas. Meskipun kawasan tersebut telah menerima pelbagai kemudahan dan pembangunan, terdapat aspek tertentu yang masih memerlukan perhatian, iaitu capaian internet di beberapa bahagian kawasan tersebut.

Penggunaan kata sendi nama, seperti yang dijelaskan sebelumnya, mempunyai kepentingan dalam menonjolkan penekanan khusus yang ingin disampaikan oleh penutur (Dewi Samri & Haziq Aisha, 2021). Kedua-dua stesen berita di atas mendedahkan contoh atau isu tertentu melalui teknik identifikasi. Hal ini memberi peluang kepada penonton untuk memahami dengan lebih terperinci perkara yang dibincangkan dalam liputan mereka.

c) Pendedahan Melalui Perbandingan

Retorik pendedahan melalui perbandingan melibatkan penggunaan ‘tetapi’ dan ‘namun’ untuk menyampaikan perbezaan antara dua konsep atau objek. Teknik penulisan ini membantu mencipta kontras yang kuat antara dua elemen yang dibahas dalam satu ayat dan membolehkan pembaca atau pendengar memahami perbezaan dengan lebih jelas. Hal ini selari dengan ciri utama retorik pendedahan menurut Asrul Azuan dan Nor Azuwan (2015:54), iaitu “menghuraikan takrifan sesuatu objek atau peristiwa secara jelas dan disertakan dengan perbandingan”.

Jadual 4 Penggunaan Retorik Pendedahan Melalui Perbandingan

Data	Retorik Pendedahan
RTM (1c)	<i>PAS sebuah parti Islam namun sudah lari daripada landasan perjuangan mereka ketika ini.</i> (Berita RTM, 11 Ogos 2023)
Awani (1c)	<i>Ketua Pengarah Pilihan Raya Perikatan Nasional itu berkata apa sahaja dokumen yang dikemukakan Saifuddin ketika ini bukannya bukti tetapi beliau sekadar hanya mahu membina naratif ketika kempen Pilihan Raya Negeri (PRN).</i> (Buletin Awani, 4 Ogos 2023)

Penggunaan **namun** dalam data RTM (1c) menunjukkan kehadiran perbandingan antara identiti awal parti PAS dan perilaku yang terkini. Pernyataan tersebut memberi kesan yang bertentangan kerana retorik pendedahan melalui perbandingan yang diaplikasikan oleh Berita RTM. Secara tidak langsung, berita tersebut menarik perhatian penonton untuk memberi fokus kepada isi yang ingin disampaikan. Pernyataan dalam Awani (1c) juga mengandungi retorik pendedahan melalui perbandingan yang menggunakan kata penanda **tetapi**. Dengan menggunakan 'tetapi,' pernyataan tersebut mendedahkan kepada penonton bahawa dokumen yang dikemukakan oleh Saifuddin hanyalah sebuah naratif yang digunakan untuk kempen Pilihan Raya Negeri. Kedua-dua isi berita menunjukkan bahawa penggunaan retorik pendedahan melalui perbandingan dapat mencipta perbezaan walaupun tidak dinyatakan secara langsung. Hal ini bertepatan dengan prinsip Teori Retorik Moden (Enos & Brown, 1993) bahawa retorik memiliki perbezaan.

2. Retorik Penghujahan (Argumentatif)

Retorik penghujahan atau argumentatif adalah suatu strategi komunikasi yang dirancang untuk menyakinkan atau mempengaruhi pendengar. Terdapat dua ciri utama yang menggambarkan retorik penghujahan, iaitu mempunyai idea atau pendirian tersendiri dan harus disokong dengan bukti (Nor Azuwan *et. al.*, 2018). Dengan erti kata lain, gaya bahasa retorik penghujahan bukan hanya tentang menyatakan pendapat atau alasan tanpa dasar yang kukuh, tetapi juga kemampuan untuk membuktikan pendapat tersebut.

Jadual 5 Penggunaan Retorik Penghujahan

Data	Retorik Penghujahan
RTM (2)	<i>Penglibatan pengundi muda sememangnya memberi pengaruh besar dalam menentukan siapa yang bakal mentadbir Kerajaan Negeri untuk tempoh 5 tahun akan datang. Menurut statistik Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR), lebih 2.1 juta merupakan kumpulan majoriti pemilih yang berusia antara 21 hingga 29 tahun.</i> (Berita RTM, 11 Ogos 2023)
Awani (2)	<i>Menteri Besar Selangor Datuk Seri Amirudin Shari menyifatkan dakwaan berkenaan salah laku dalam pemberian projek pembersihan Sungai Klang hanyalah tuduhan bersifat politik menjelang Pilihan Raya Negeri. Malah, beliau juga memaklumkan isu yang ditimbulkan sudah diperjelaskan beberapa kali semasa ia dibangkitkan di Dewan Negeri.</i> (Buletin Awani, 8 Ogos 2023)

Dalam RTM (2), pembaca berita menekankan pengaruh besar penglibatan pengundi muda dalam menentukan pentadbiran Kerajaan Negeri dan menyokong gagasan tersebut menerusi statistik Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) yang menunjukkan majoriti pemilih datang daripada kalangan pemilih berusia antara 21 hingga 29 tahun. Hal ini menggambarkan penggunaan retorik penghujahan yang bertujuan mempengaruhi pandangan dan tindakan audiens, khususnya pengundi muda. Penggunaan kata seperti "pengaruh besar" bukan hanya menyampaikan fakta, tetapi juga memberikan penilaian positif yang mungkin memberi motivasi kepada pengundi muda untuk terlibat lebih aktif dalam proses demokrasi di Malaysia.

Bagi Awani (2) pula, gagasan utama yang disampaikan adalah tuduhan tidak berasas akibat musim Pilihan Raya Negeri berkenaan salah laku dalam pemberian projek pembersihan Sungai Klang. Laporan berita tersebut juga menyertakan bukti dengan menyatakan bahawa Datuk Seri Amirudin Shari, yang menyandang jawatan Menteri Besar Selangor, telah menjelaskan isu tersebut di Dewan Negeri. Dengan mengaitkan tuduhan tersebut dengan konteks politik yang disertakan sokongan, retorik penghujahan jelas digunakan untuk menyakinkan audiens.

Retorik penghujahan bertujuan menunjukkan kesahihan atau tidak kesahihan sesuatu argumen dan semakin banyak penggunaan fakta, semakin kuat kebenaran dicapai (Muhammad Mazlan & Zaitul Azma, 2016). Pemberian suara kepada pelbagai pihak oleh stesen berita televisyen dengan memanfaatkan teknik retorik penghujahan merupakan strategi untuk membentuk persepsi dan pendapat audiens. Dewi Samri dan Haziq Aisha (2021) juga menjelaskan bahawa pendengar akan lebih terpengaruh dan mula mempertimbangkan hujah-hujah yang didedahkan melalui teknik penghujahan.

3. Retorik Pemujukan (Persuasif)

Retorik pemujukan atau persuasif kerap kali digunakan dalam bidang politik, perniagaan dan periklanan. Hal ini demikian kerana retorik pemujukan melibatkan penggunaan bahasa yang strategik untuk menyakinkan pendengar agar bersetuju dengan pandangan penutur atau penulis (Muhammad Mazlan & Zaitul Azma, 2016). Dalam konteks laporan berita yang dikaji, pengkaji mendapati teknik ini digunakan untuk memujuk masyarakat agar turut terlibat dalam proses memilih pemimpin dalam pilihan raya dan memberi peringatan kepada calon agar mematuhi peraturan pilihan raya. Haziq Aisha (2023) memperincikan contoh teknik retorik pemujukan ini kepada beberapa bahagian seperti penanda partikel 'Lah' dan penanda dengan ayat perintah.

a) Penanda Partikel ‘Lah’

Penggunaan partikel ‘Lah’ dalam retorik pemujukan dapat memberikan dimensi tambahan kepada komunikasi. Partikel ini membantu menciptakan hubungan yang lebih akrab, menyampaikan pesan dengan kekuatan emosional, dan menciptakan suasana yang lebih positif serta santai. Hal ini bertujuan membuat pendengar menjadi lebih teliti dalam mendengar butiran yang ingin disampaikan penutur (Haziq Aisha, 2023).

Partikel ‘Lah’ juga merupakan salah satu kata penegas yang memberikan penekanan pada bahagian tertentu dalam ayat. Menurut Abdullah seperti yang dipetik dalam Haziq Aisha (2023:81), “tujuan penambahan partikel lah kepada kata dasar dan kata terbitan adalah sebagai suatu bentuk pengukuhan atau pernyataan sopan bagi sesuatu perintah yang berupa seruan atau peringatan”.

Jadual 6 Penggunaan Retorik Pemujukan Partikel ‘Lah’

Data	Retorik Pemujukan
RTM (3a)	<i>Kempen yang dijalankan oleh calon haruslah berhemah merangkumi cara penyampaian mesej, pengendalian media sosial dan juga integriti ketika berkempen.</i> (Berita RTM, 30 Julai 2023)
Awani (3a)	<i>Berbicara dengan ahli politik begitulah normanya, tetap yakin walau apapun berlaku namun berbeza dengan penganalisis politik yang lebih bersifat kritis.</i> (Buletin Awani, 9 Ogos 2023)

Dalam RTM (3a), partikel ‘lah’ digunakan untuk menekankan kepentingan berhemah ketika berkempen. Penggunaan retorik pemujukan dalam isi berita ini bertujuan membina gambaran positif mengenai cara calon menjalankan kempen seperti penyampaian mesej dan pengendalian media sosial, serta membangkitkan kepercayaan dan sokongan daripada pengundi. Manakala dalam Awani (3a), penggunaan partikel ‘lah’ dalam pernyataan dilihat sebagai alat untuk menekankan perbandingan antara norma berbicara dengan ahli politik dan penganalisis politik yang sifatnya lebih kritis.

Penggunaan retorik pemujukan dengan penanda partikel 'lah' dalam data-data RTM (3a) dan Awani (3a) menunjukkan pendekatan strategik dalam membentuk persepsi positif terhadap kempen politik dan perbandingan personaliti politik. Namun, kedua-duanya memiliki tujuan yang sama, iaitu memengaruhi pandangan dan penilaian penonton terhadap isu politik ketika Pilihan Raya Negeri berlangsung. Hal ini sejajar dengan pernyataan Amida (seperti yang dipetik dalam Haziq Aisha, 2023) bahawa kata, frasa atau ayat yang dizahirkan melalui teknik pemujukan mestilah memiliki unsur penekanan berdasarkan konteks yang bersesuaian.

b) Penanda dengan Ayat Perintah

Penggunaan ayat perintah dalam retorik pemujukan merupakan strategi yang efektif dalam memberikan arahan yang jelas, menggalakkan tindakan positif, menguatkan kesan emosional, menekankan kepentingan dan menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi daripada pendengar. Menurut Abdullah seperti yang dinyatakan dalam Haziq Aisha (2023:83), “penerapan kata perintah berpotensi untuk mengukuhkan perincian yang ingin disampaikan sekali gus mempengaruhi pemikiran dan emosi pendengar secara halus sehingga memupuk unsur kebersamaan”. Dengan erti kata lain, retorik pemujukan yang berunsurkan ayat perintah memujuk pendengar atau pembaca untuk melakukan atau mempercayai sesuatu perkara itu.

Jadual 7 Penggunaan Retorik Pemujukan Ayat Perintah

Data	Retorik Pemujukan
RTM (3b)	<i>Orang ramai diingat agar tidak menerbangkan dron tanpa kelulusan di kawasan tumpuan awam sepanjang PRU DUN ke-15. (26 Julai 2023)</i>
Awani (3b)	<i>Orang ramai yang ingin pulang ke kampung atau lokasi pengundian sempena PRN sabtu ini diingat merancang perjalanan susulan peningkatan trafik dijangka mencecah sehingga 1.9 juta kenderaan sehari di Lebuhraya Utara-Selatan PLUS. (11 Ogos 2023)</i>

Dalam data RTM (3b), retorik pemujukan digunakan untuk menyampaikan arahan yang tegas kepada orang ramai berkaitan larangan menggunakan dron semasa Pilihan Raya Negeri Dewan Undangan Negeri (PRU DUN) ke-15. Penanda ayat perintah ‘diingat’ menunjukkan seruan untuk membawa kesedaran kepada masyarakat agar mematuhi peraturan yang telah ditetapkan. Ayat perintah ini bukan sekadar memberi arahan, tetapi juga mencerminkan kepentingan mematuhi undang-undang, keselamatan dan kesejahteraan orang ramai serta kelulusan yang diperlukan untuk menerbangkan dron.

Manakala Awani (3b) pula memberikan arahan kepada orang ramai yang ingin pulang ke kampung atau lokasi pengundian sempena Pilihan Raya Negeri (PRN) agar merancang perjalanan mereka. Retorik pemujukan digunakan untuk menyampaikan pesanan yang tegas dengan tujuan membawa kesedaran akan peningkatan trafik di Lebuhraya Utara-Selatan PLUS. Penanda ayat perintah ‘diingat’ memberikan pesanan yang tidak hanya bersifat arahan semata-mata, tetapi juga bertujuan untuk melindungi keselamatan dan kesejahteraan orang ramai semasa perjalanan mereka sempena PRN.

Kedua-dua stesen berita di atas menggunakan strategi retorik pemujukan dengan efektif untuk menyampaikan pesanan yang tegas. Penggunaan penanda ayat perintah menjadi aspek penting dalam retorik ini kerana memberikan kesan kuat kepada audiens untuk mengikuti arahan. Hal ini bertepatan dengan pernyataan Corbett dalam Nor Azuwan *et. al* (2018:62), iaitu “retorik pemujukan membawa kepada perubahan sikap dan tingkah laku dengan kerelaan sendiri”.

4. Retorik Penerangan (Deskriptif)

Retorik penerangan merujuk kepada penggunaan bahasa untuk menjelaskan atau menggambarkan sesuatu secara terperinci. Jenis retorik ini juga dikenali sebagai deskriptif kerana maklumat dihuraikan dengan cara memberikan ciri-ciri agar mudah difahami pendengar (Dewi Samri, 2022). Dengan menggunakan gaya bahasa retorik ini, penutur mampu menyediakan maklumat secara menyeluruh dan menyampaikannya secara efisien. Amida menjelaskan bahawa teknik ini dapat dikenali melalui kehadiran pertanyaan seperti apa, bila, bagaimana, mengapa dan siapa (Haziq Aisha, 2023). Hal ini selari dengan definisi yang dijelaskan dalam *Kamus Dewan Edisi Keempat* (2016:1605) bahawa kata ‘tanya’ membawa maksud sebagai permintaan keterangan atau penjelasan.

Jadual 8 Penggunaan Retorik Penerangan

Data	Retorik Penerangan
RTM (4)	<i>Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), Polis Diraja Malaysia serta SPR akan memperkukuh tahap pemantauan menerusi platform media sosial. Menteri Komunikasi dan Digital Fahmi Fadzil berkata ia bagi memastikan undang-undang negara dihormati dan tiada pelanggaran sepanjang tempoh berkempen.</i> (Berita RTM, 30 Julai 2023)
Awani (4)	<i>Barisan Nasional mengumumkan seorang lagi calon bagi mengisi kerusi Dewan Undangan Negeri Tanjung Dawai pada Pilihan Raya Negeri Kedah 12 Ogos depan. Setiausaha Agung UMNO, Datuk Asyraf Wajdi Dusuki memaklumkan BN meletakkan Datuk Shaiful Hazizy Zainol Abidin di kerusi berkenaan.</i> (Buletin Awani, 24 Julai 2023)

Data RTM (4) menunjukkan bahawa Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), Polis Diraja Malaysia (PDRM) dan Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) memperkukuh pemantauan melalui platform media sosial. Walaupun petikan ini tidak secara langsung menggunakan ayat tanya, kenyataan yang diberikan merujuk kepada soalan "Mengapakah tahap pemantauan menerusi platform media sosial diperkukuh sepanjang tempoh berkempen?". Jawapan bagi kata tanya 'mengapa' ini kemudiannya dijelaskan dalam ayat berikutnya oleh Fahmi Fadzil, yang menjabat sebagai Menteri Komunikasi dan Digital, bahawa langkah ini diambil bagi memastikan keselamatan dan pematuhan undang-undang.

Sementara itu, dalam Awani (4), retorik penerangan digunakan untuk membentuk pemahaman yang jelas mengenai pengumuman calon Barisan Nasional (BN) yang akan bertanding bagi kerusi Dewan Undangan Negeri Tanjung Dawai dalam Pilihan Raya Negeri di Kedah. Kenyataan yang diberikan dalam ayat pertama membawa kepada persoalan "Siapakah calon yang akan bertanding bagi kerusi tersebut?" Ayat yang seterusnya menunjukkan bahawa Datuk Shaiful Hazizy Zainol Abidin akan bertanding bagi kerusi tersebut. Dalam konteks ini, teknik retorik penerangan memainkan peranan dalam menyampaikan maklumat dengan jelas dan memberikan pemahaman yang diperlukan kepada pembaca mengenai aspek "siapa" dalam pengumuman calon BN.

KESIMPULAN

Dapatan kajian telah membuktikan bahawa seni retorik merupakan teknik pemakaian bahasa secara berkesan dalam penulisan atau pertuturan. Secara tidak langsung, ini membuktikan bahawa retorik dan bahasa tidak dapat dipisahkan. Analisis terhadap jenis retorik juga telah memperlihatkan kehadiran prinsip-prinsip Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993) iaitu memiliki perbezaan, melibatkan kepelbagaian, mencapai kesan yang lebih mendalam, menekankan keindahan dalam pemilihan kata dan ditafsirkan dengan kemampuan kognitif, psikologi, pemahaman sosial serta persekitaran bahasa pendengar. Kedua-dua berita televisyen, iaitu Berita RTM dan Buletin Awani menggunakan pelbagai jenis retorik seperti pendedahan (eksposisi), penghujahan (argumentatif), pemujukan (persuasif) dan penerangan (deskriptif). Memandangkan sampel bagi kajian ini merupakan berita berkaitan Pilihan Raya Negeri (PRN), retorik pemujukan jelas terlihat paling banyak digunakan. Hal ini bertujuan mempengaruhi pandangan dan pendapat audiens.

RUJUKAN

- Aristotle. 1991. *On Rhetoric: A Theory of Civil Discourse*. George A. Kennedy (ed. and trans.), 2nd ed. Oxford University, New York.
- Asrul Azuan Mat Dehan & Nor Azuwan Yaakob. 2015. Teknik Retorik dalam Novel Salina, Karya A. Samad Said. *International Journal of Language Education and Applied Linguistics (IJLEAL)*. Vol. 2, 49-59.
- Bernamea. 2023, Julai 05. PRN Enam Negeri Diadakan Serentak, Pengundian 12 Ogos, Penamaan Calon 29 Julai. BERNAMA. Dimuat turun daripada <https://prn.bernama.com/news-bm.php?id=2203618>
- Bernard, H.R. 2002. *Research Methods in Anthropology: Qualitative and quantitative methods*. 3rd edition. California : AltaMira Press ,Walnut Creek.
- Bryman, A. 2008. *Social Research Methods*. 3rd edition. New York: Oxford University Press.
- Creswell, J.W. 2009. *Research design qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* . 3rd edition. Los Angeles: Sage
- Dewi Samri. 2022. Pengaplikasian teori retorik moden dalam penyampaian ceramah Ustaz Kazim Elias. *Jurnal Bahasa*, 22(1), 49–76.
- Dewi Samri & Haziq Aisha. 2021. Penggunaan bahasa retorik dalam pewahanaan informasi COVID-19 di Negara Brunei Darussalam. *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal*, 21(2), 95–117.
- Enos T. , Brown S. C. 1993. *Defining the New Rhetorics*. New York: Sage Publications.
- Farah Hanini, Midiyana Mohamad & Saliza Ismail. 2022. Wacana Kepimpinan Perdana Menteri Malaysia ke-9: Analisis Kaedah retorik. *International Journal of Modern Languages and Applied Linguistics*, 6(4), 38–56.
- Harian Metro. 2023, Julai 05). PRN Enam Negeri Catat Sejarah Tersendiri. Dimuat turun daripada <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2023/07/984680/prn-enam-negeri-catat-sejarah-tersendiri>
- Haziq Aisha. 2023. Bahasa retorik sebagai strategi penyampaian khutbah Jumaat di Negara Brunei Darussalam. *Jurnal Bahasa*, 23(1), 65–90.
- Husna Hidayah Mansor, Nor Azuwan Yaakob & Zaitul Azma Zainon Hamzah. 2018. Retorik Pemerian dalam Ceramah Agama. *International Journal of the World and Civilisation*, 6 (2), 29-38.
- Kamsiah Abdullah. 2014. Kuasa Bahasa dan Sastera Melayu dalam Tatatingkat Bahasa-Bahasa di Dunia. *Jurnal Antarabangsa Persuratan Melayu (RUMPUN)*, 2(1), 207–228.
- Kamus Dewan Edisi Keempat. (2016). Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohamad Yazi Kerya, Fatahiyah Mohd Ishak & Wan Roslina Wan Ismail. (2015). Gaya Bahasa Dalam Teater Tradisional Mek Mulung. *International Conference on Malay Heritage and Civilisation*, 61-78.
- Mokmin Basri. 2012. Model Polisi Maklumat: Kes Malaysia. ResearchGate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4326.6006>
- Muhammad Mazlan Abu Bakar & Zaitul Azma Zainon Hamzah. (2016). Retorik Pembangunan Sosioekonomi Masyarakat dalam Laporan Media Cetak. *Jurnal Linguistik*. 20, 10-25.
- Newman, N., Fletcher, R., Schultz, A., Andi, S., & Nielsen, R. (2020). Reuters Institute digital news report 2020. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 98–99.
- Norida Berhan & Zulkifley Hamid. 2012. Retorik Gaya Dalam Membentuk Karakter Bangsa. *Jurnal Linguistik*, 15(1).
- Nor Azuwan Yaakob, Zaitul Azma Zainon Hamzah, Normaizura Md. Zain, & Syed Nurulakla Syed Abdullah. 2018. Penerapan retorik dalam penyampaian ceramah agama. *Jurnal Linguistik*, 22(2), 54–67.
- Nurulain Abdul Razak & Che Ibrahim Salleh. 2016. Retorik Naratif dalam Novel “Orang Kota Bharu”. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, 4(2), 13-22.
- Nurul Nadiah Zamri & Zulkefli Aini. 2021. Retorik dalam Dakwah Nik Abdul Aziz Nik Mat. *Jurnal Pengajian Islam*, 149–158.
- Rohaidah Kamaruddin, Muhammad Nur Akmal Rosli, Minah Mohammed Salleh, Zuraini Seruji, Sharil Nizam Sha`ri, Veeramohan Veeraputhran, Manimangai Mani. 2020. Narrative Rhetorical in Hikayat Merong Mahawangsa. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 17(9), 891 -918.
- Siti Nor Atikaf Salleh, Norfarhana Shahira Rosly, Nabillah Bolhassan & Asrul Azuan Mat Dehan. 2016. Keanekaragaman ciri laras bahasa kreatif (sastera) dalam penulisan novel Hujan Pagi. *Jurnal Ilmi*, 6, 11-28.
- Siti Saniah Abu Bakar. 2014. Perbandingan sebagai Strategi Retorik dalam Iklan Radio: Comparison as a Rhetorical Strategy in Radio Advertising. *PENDETA*, 5, 175–192. Retrieved from <https://ejournal.upsi.edu.my/index.php/PENDETA/article/view/1200>.
- Wafi Yunus & Zubaidah Shahnuddin. 2023. Penulisan lirik lagu Malique: Satu analisis retorik moden. *Jurnal Bahasa Dan Linguistik*, 5(1), 15–25.