

Retorika biasanya dikenal sebagai:
"seni" persuasi, atau
"seni" mempengaruhi addressee

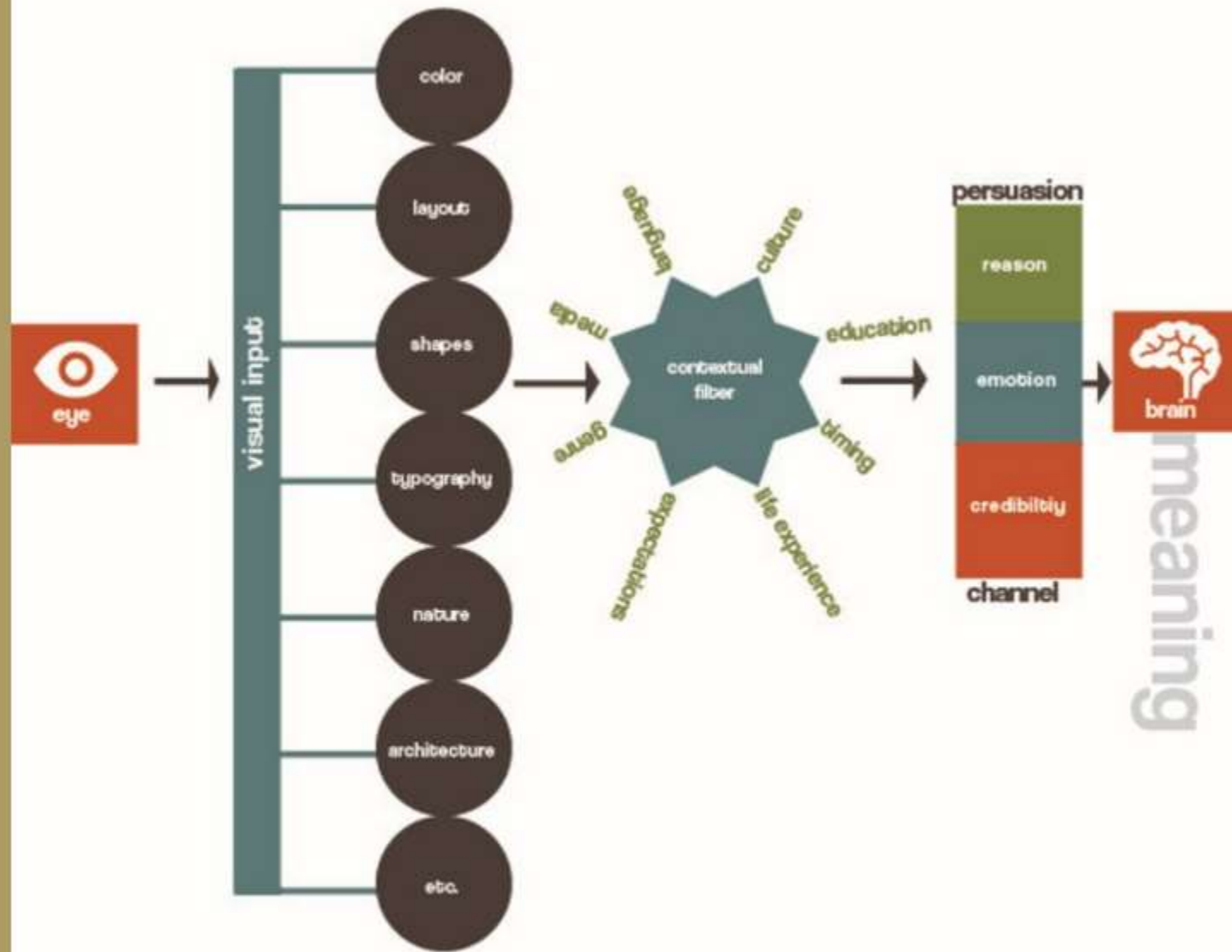
melalui berbagai sarana komunikasi

Pengertian Retorika:

- Technê retorike = seni berbicara, seni berpidato.
- Penggunaan bahasa untuk membujuk, membangkitkan gairah dan bahkan untuk menipu.
- Mempersuasi orang lain dengan "mengarang" tuturan.
- Retorika Visual = penggunaan citra visual (visual images) untuk mengkomunikasikan makna.
- Retorika visual adalah bentuk komunikasi yang menggunakan gambar untuk mengkonstruksi argumen.
- Retorika Visual menghasilkan efek kognitif (percaya, yakin) dan afektif tertentu (senang, tergugah, takut, bersemangat).
- Retorika Visual tidak menawarkan suatu produk, namun argumen, (berbeda dengan iklan).








visual rhetoric



TheVisualCommunicationGuy.com



Pendekatan-pendekatan Retorika Visual:

- Persuasi: konteks bujukan atau ajakan 
- Hiperbola: melebih-lebihkan dengan maksud 
- Metafora & Metonimi: mengibaratkan/meminjam makna  
- Humor/Parodi: menggunakan konsep “menghibur” 





Contoh Retorika dengan Pendekatan Persuasif





Contoh Retorika dengan Pendekatan Hiperbola





Contoh Retorika dengan Pendekatan Metafora





Contoh Retorika dengan Pendekatan Metonimi

The image displays three distinct advertisements that utilize metonymy:

- The New Yorker Cover:** The cover of 'THE NEW YORKER' magazine from January 17, 2010, priced at \$7.99. It features a black silhouette of the Eiffel Tower. The tower's base is replaced by a large, glowing red heart, symbolizing the city of Paris.
- Olay Skin Cream:** An advertisement for Olay Pro-X Skin Cream. It features a single peach in the center. Below it, the text reads: "OLAY PRO-X SKIN CREAM for skin as smooth as a peach." This uses the peach as a metonym for smooth skin.
- Perfume Advertisement:** An advertisement for a perfume brand. It features a large hourglass. The top bulb is empty, while the bottom bulb is filled with dark liquid. Inside the bottom bulb, two penguins are standing together. The text reads: "It's simple. The longer we wait, the more we love." This uses the penguins as a metonym for the perfume's scent or the brand's identity.





Contoh Retorika dengan Pendekatan Humor/Parodi



Kesimpulan

Retorika Visual merupakan jenis teks lainnya dalam semiotika.

Retorika Visual sama-sama menggunakan penandaan dalam menyisipkan maknanya.

Hampir mirip dengan iklan, yaitu persuasif (tidak menawarkan produk, tapi membentuk kerangka berpikir).

