

# RETORIKA

TEORI, PRAKTIK  
& PENELITIAN



MITE SETIANSAH

**deksoftindo**  
publication



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
UNSOED**

# **RETORIKA**

## **TEORI, PRAKTIK, DAN PENELITIAN**

**Dr. Mite Setiansah, SIP, M.Si**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Unsoed**

# **RETORIKA: TEORI, PRAKTIK, DAN PENELITIAN**

Penulis:  
Mite Setiansah

ISBN: 9786239230333

Editor:  
Bambang Widodo

Desain Sampul dan Tata Letak:  
Edsa Abdullah

Penerbit:  
Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

Redaksi:  
Jl HR Bunyamin 993 Purwokerto 53122  
Telepon (0281) 622510 Fax (0281)636992  
Email: komunikasi@unsoed.ac.id

Cetakan Pertama, September 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara  
apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

## KATA PENGANTAR

**T**ujuh puluh persen aktivitas manusia sehari-hari dilakukan dengan berkomunikasi. Hal tersebut menjadikan keterampilan komunikasi menjadi salah satu keterampilan yang dibutuhkan oleh setiap orang. Bahkan survey terhadap banyak perusahaan menyatakan bahwa keterampilan komunikasi menjadi salah satu syarat utama yang harus dimiliki oleh seorang calon karyawan.

Bertolak dari kondisi tersebut maka Retorika kemudian menjadi salah satu bidang ilmu dan keterampilan yang banyak ditawarkan oleh berbagai lembaga pendidikan termasuk pendidikan tinggi meskipun dengan penyebutan dan penamaan yang berbeda.

Permasalahannya adalah buku referensi yang mengupas Retorika secara keilmuan dari konsep, praktik hingga metode penelitian belum banyak ditemukan. Buku-buku yang banyak ditemukan di pasaran sebagian besar mengupas retorika secara praktis sebagai sebuah aktivitas public speaking.

Buku ini ditulis dengan didasari oleh pengalaman penulis sebagai dosen dalam mata kuliah Public Speaking (Retorika) selama lebih dari lima belas tahun, dan pengalaman praktis sebagai master of ceremony, moderator, trainer, narasumber di berbagai acara dan pelatihan serta diperkaya dengan hasil penelitian dengan tema retorika sehingga menjadikan buku ini layak dijadikan sebagai referensi dan bahan ajar perkuliahan di perguruan tinggi maupun dijadikan referensi bagi peminat public speaking praktis.

Rencana penulisan buku ini sudah terbetik sangat lama, namun baru terwujud saat ini, sehingga mengungkapkan rasa syukur yang mendalam menjadi satu hal yang pertama kali saya lakukan dengan terbitnya buku ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga saya sampaikan kepada seluruh kolega di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed yang telah menjadi penyemangat saya menyelesaikan buku ini.

Tentu saja masih banyak kekurangan yang bisa ditemukan dalam buku ini, semoga akan bisa diperbaiki dan disempurnakan dalam penulisan berikutnya.

Purwokerto, September 2019  
Penulis

**DAFTAR ISI**

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| Kata Pengantar .....                                    | iii       |
| Datar Isi .....                                         | iv        |
| <b>BAB 1 Mengenal Retorika .....</b>                    | <b>1</b>  |
| Retorika: Untuk Apa, Untuk Siapa .....                  | 2         |
| Retorika Masa Corax hingga Dale Carnegie .....          | 7         |
| <b>BAB 2 Mempersiapkan Diri Sebagai Pembicara .....</b> | <b>14</b> |
| Aspek Penting dalam Aktivitas Retorika .....            | 15        |
| Karakteristik dan Kualifikasi Pembicara .....           | 24        |
| Mengatasi Hambatan dari Dalam Diri .....                | 27        |
| <b>BAB 3 Mempersiapkan Materi Pembicaraan.....</b>      | <b>33</b> |
| Memilih Sumber dan Topik Pembicaraan .....              | 34        |
| Mengembangkan Bahasan .....                             | 41        |
| Pendahuluan dan Penutup .....                           | 55        |
| <b>BAB 4 Teknik Penyampaian .....</b>                   | <b>63</b> |
| Saatnya Tampil .....                                    | 64        |
| Ketika Situasi Menjadi Sulit .....                      | 71        |
| <b>BAB 5 Penelitian Retorika .....</b>                  | <b>78</b> |
| Permasalahan dan Teori Retorika .....                   | 79        |
| Metode Penelitian Retorika .....                        | 84        |
| Daftar Pustaka .....                                    | 88        |

# **BAB 1**

## **MENGENAL RETORIKA**

## Retorika: Untuk Apa, Untuk Siapa?

**K**etika mendengar kata retorika sebagian orang cenderung menunjukkan respon negatif. *Apaan sih retorika, cuma orang omong kosong. Kayak gitu kok dipelajari.* Makna retorika yang telah mengalami penurunan (peyoratif) telah menyebabkan banyak orang kemudian merasa alergi dan bahkan bertanya untuk apa mempelajari ilmu silat lidah seperti itu. Padahal, sejatinya semua orang melakukan retorika dalam sebagian besar waktu bangunnya. Penelitian membuktikan bahwa 75% waktu bangun kita berada dalam kegiatan komunikasi dan bisa dipastikan bahwa sebagian besar di antaranya dilakukan secara lisan (Rakhmat, 2000:2).

Seorang ibu yang membangunkan anaknya di pagi hari, seorang istri yang meminta suami membantunya mengerjakan pekerjaan rumah, seorang anak yang berharap orang tuanya mau mengabulkan permintaannya, seorang karyawan yang menyampaikan ide dalam sebuah rapat dan berharap dapat disetujui, seorang pimpinan yang memberikan instruksi dan berharap karyawannya dapat melaksanakan tugas sesuai target, disadari atau tidak, mereka sedang melakukan aktivitas retorika. Mereka menetapkan gagasan atau topik, memilih kata dan kalimat, mengemasnya sedemikian rupa dan menyampaikannya dalam gaya bicara tertentu, untuk kemudian berharap bahwa orang yang dituju dapat memberikan respon sesuai harapannya. Sehingga sampai di titik ini dapat dikatakan bahwa retorika adalah sebuah seni, sebuah ilmu untuk menyampaikan ide atau gagasan di kepala kita kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Dengan menggunakan definisi retorika sebagai cara untuk membuat orang lain tahu dan bahkan mengikuti gagasan, ide, harapan yang kita sudah jelas bahwa setiap orang sudah pasti membutuhkan retorika. Setiap orang membutuhkan penguasaan akan seni dan ilmu berbicara.

Sepanjang sejarah orang telah menggunakan bicara sebagai alat utama dalam berkomunikasi. Lama sebelum lambang-lambang tulisan digunakan, orang sudah menggunakan bicara sebagai alat komunikasi. Bahkan setelah tulisan ditemukan sekalipun, bicara tetap lebih banyak

digunakan. Ada beberapa kelebihan bicara yang tidak dapat digantikan oleh tulisan. Di dalam berbicara, ada ekspresi dan emosi yang tidak selamanya bisa terwujud dalam bentuk komunikasi lain. Melalui berbicara, ada keterlibatan dan keterikatan lebih di antara para partisipan komunikasi. Tidak mengherankan jika “ilmu bicara” telah dan akan terus menjadi perhatian manusia.

Pentingnya penguasaan retorika juga semakin disadari oleh banyak pihak termasuk institusi baik pemerintah maupun swasta. Berdasarkan pengalaman penulis ketika terlibat dalam sejumlah kepanitiaan seleksi pengisian jabatan tinggi pratama atau rekrutmen karyawan, keterampilan retorika seorang calon pejabat atau calo karyawan memegang peran yang signifikan di dalam menentukan keputusan diterima atau tidaknya dia sebagai pejabat baru atau sebagai karyawan baru. Bagaimana seorang calon pejabat mampu menjelaskan gagasan inovatifnya di dalam menyelesaikan permasalahan atau melakukan terobosan menjadi poin signifikan yang menentukan kedudukannya sebagai seorang pejabat eselon dua. Demikian juga kemampuan retorika seorang calon karyawan ketika “mempromosikan dirinya” memainkan peran penting bagi keputusan perusahaan untuk mengatakan iya bagi dirinya. Ilmu dan seni berbicara menjadi kunci yang membedakan mereka dari kandidat lain. Sebuah survey terhadap 480 perusahaan dan organisasi publik menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi termasuk retorika telah ditempatkan sebagai syarat utama yang harus dipenuhi para pencari kerja di semua bidang pekerjaan, termasuk para akuntan, arsitek, guru, ilmuwan dan sebagainya (Lucas: 2004: 9). Memang benar, kini teknologi komunikasi semakin berkembang pesat, tetapi tidak ada yang bisa menggeser kekuatan komunikasi lisan.

Pentingnya menguasai keterampilan berbicara sudah semakin disadari oleh banyak orang dewasa ini. Bagus apapun sebuah gagasan yang dimiliki, seluarbiasa apapun bakat yang dimiliki namun ketika semua itu tidak pernah disampaikan kepada orang lain, maka semuanya hanya akan menjadi nol besar. Berbicara membuat seseorang menjadi lebih berdaya, berbicara membuat seseorang menjadi berbeda, berbicara akan membedakan posisi seseorang apakah dia seorang leader ataukah hanya follower. Namun di sisi lain, kemampuan berbicara menjadi semakin sulit bagi sebagian orang. Era teknologi digital telah menciptakan kultur baru, dimana berkomunikasi secara tatap muka semakin tergantikan oleh komunikasi melalui media baru. Anak-anak era digital lebih terbiasa berbicara melalui gawai mereka daripada

### *RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian*

membuka pembicaraan langsung dengan seseorang yang mereka temui, bahkan ketika orang itu merupakan orang yang sudah lama mereka kenal. Berbicara menjadi semakin terasa sulit.

Dalam sebuah pelatihan komunikasi bagi para pegiat antinarkoba terungkap bahwa 100% peserta pelatihan yang merupakan para tokoh masyarakat dan aktivis pemuda mengakui pentingnya penguasaan keterampilan komunikasi tetapi mereka menyatakan bahwa melakukan aktivitas retorika seperti penyuluhan masih saja membuat mereka merasa demam panggung. Salah satu penyebab utamanya adalah karena mereka harus berdiri dan berbicara di depan publik. Dalam kondisi demikian, demam panggung seringkali muncul yang umumnya disebabkan oleh perasaan sedang dinilai, oleh beban untuk tidak melakukan kesalahan apapun, oleh target untuk melakukan presentasinya dengan sempurna.

Sebuah survey di tahun 1973, meminta 2500 warga Amerika untuk membuat daftar yang memuat hal-hal yang paling mereka takuti. Hasilnya sangat luar biasa, hampir separuh responden menempatkan kegiatan berbicara di depan umum atau di dalam kelompok sebagai hal yang paling menakutkan. Berikut daftar hal-hal yang paling ditakuti oleh warga Amerika:

| Greatest Fear                      | Percent Naming |
|------------------------------------|----------------|
| A party with a stranger            | 74             |
| Giving a speech                    | 70             |
| Asked personal questions in public | 65             |
| Meeting a date's parents           | 59             |
| First day on a new job             | 59             |
| Victim of a practical joke         | 56             |
| Talking with someone in authority  | 53             |
| Job interview                      | 46             |
| Formal dinner party                | 44             |
| Blind date                         | 42             |

Sumber: Lucas (2004:10)

Dari daftar di atas nampak bahwa lebih dari separuh hal yang paling ditakuti berhubungan dengan keharusan untuk berbicara. Baik secara

interpersonal seperti bertemu dengan orang baru atau bertemu dengan orang yang memiliki kedudukan hingga di dalam kencan buta. Maupun berbicara di depan publik seperti memberikan pidato atau mengajukan pertanyaan dalam sebuah forum. Kondisi yang tidak jauh berbeda juga seringkali kita temukan dalam kehidupan sehari-hari. Bagaimana seorang ibu rumah tangga tiba-tiba harus menjadi pembawa acara atau pengisi materi dalam pertemuan PKK di lingkungan rumahnya, bagaimana seorang istri yang terbiasa berurusan dengan anak-anak di rumah tiba-tiba harus memimpin kelompok istri lain karena suaminya yang mendapat promosi jabatan secara otomatis menempatkan dia menjadi ketua organisasi istri pejabat. Pada awalnya mereka mungkin tidak pernah membayangkan bahwa suatu hari mereka akan membutuhkan penguasaan ilmu dan seni berbicara. Maka hingga tataran ini, jelas bahwa menguasai retorika adalah kebutuhan setiap orang. Karena keterampilan inilah yang membedakan seorang manusia dengan ciptaan Tuhan lainnya.

Kemampuan berbicara bisa merupakan bakat, tetapi keterampilan berbicara perlu pengetahuan dan latihan. Hampir semua orang bisa dan mampu berbicara namun tidak semua orang terampil berbicara. Baik dalam interaksi interpersonal maupun publik. Bentuk dari kurangnya penguasaan keterampilan berbicara dalam interaksi antar persona antara lain dari kerap terjadinya kesalahpahaman dalam pembicaraan, terjadi ketersinggungan, terjadi konflik, tidak tercapainya makna yang sama dan sebagainya yang kadang terjadi justru tanpa didasari oleh mereka yang berbicara. Begitupun dalam *public speaking*, sering ditemukan adanya seorang pembicara yang pandai bicara namun gagal mencapai tujuan pembicaraan karena berbagai faktor.

Mengapa demikian? Salah satu faktor utama yang menyebabkan kegagalan pada sebuah aktivitas *public speaking* adalah konsep diri negatif yang dimiliki oleh seorang pembicara. Orang yang memiliki konsep diri negatif umumnya peka pada kritik mereka cenderung mudah tersinggung, mudah merasa *down* ketika mendapatkan kritik atas penampilannya sebagai pembicara. Sebaliknya, orang yang memiliki konsep diri negatif sangat responsif terhadap pujian, mereka sangat senang menerima pujian dan kemudian memposisikan diri sebagai yang terbaik dan sukses dengan penampilannya sebagai pembicara. Pemilik konsep diri negatif juga cenderung sering berprasangka buruk, pesimis, cenderung merasa tidak disukai orang lain. Ketika mereka melihat ada pendengar atau peserta yang

### *RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian*

bersikap kurang kooperatif seperti berbicara dengan sesama peserta, mengantuk, kurang perhatian dan sebagainya, mereka akan langsung menilai bahwa peserta tidak menghargai pembicaraannya. Serta berbagai kondisi lain yang umumnya membuat seseorang berkonsep diri negatif selalu menuntut dirinya untuk selalu tampil sempurna.

Seseorang yang punya konsep diri negatif umumnya akan sering mengalami kegugupan karena takut dinilai negatif, takut berbuat kesalahan, takut tidak mendapat apresiasi dan sebagainya. Atau sebaliknya mereka terlalu percaya diri sehingga tidak mau mendengar atau menerima kritik orang lain, sehingga asyik dengan pembicaraan atau keyakinannya sendiri. Pembicara dengan konsep diri seperti ini umumnya lebih berfokus pada diri mereka sendiri. Mereka menganggap sebagai pembicara merekalah pusat aktivitas. Mereka menyusun materi sesuai dengan yang mereka anggap penting. Mereka membuat bahan paparan yang luar biasa banyak dan memaksakan semua harus disampaikan meski kondisi peserta dan situasi sudah tidak kondusif. Mereka asyik menunjukkan siapa diri mereka. Lupa bahwa sejatinya pusat aktivitas retorika adalah pendengar. Lupa bahwa kunci keberhasilan retorika terletak pada efek yang timbul pada pendengar baik di tataran kognitif, afektif maupun psikomotoriknya. Di sinilah kepandaian berbicara menemukan wujud perbedaannya dengan keterampilan berbicara. Seseorang yang pandai bicara belum tentu terampil berbicara. Di sinilah retorika menunjukkan eksistensinya sebagai sebuah ilmu sekaligus sebagai sebuah seni berbicara, seni menyampaikan gagasan, seni untuk mempersuasi orang lain agar mengikuti apa yang dikatakan, disarankan atau bahkan diminta untuk dilakukan.

## Retorika Masa Corax Hingga Dale Carnegie

Objek studi retorika sesungguhnya telah berkembang sama tuanya dengan kehidupan manusia itu sendiri. Retorika disadari atau tidak telah dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kuasa baik dalam pemerintahan maupun agama dan kepercayaan sebagai bagian dari ritual-ritual yang mereka lakukan. Kemajuan peradaban mau tidak mau harus diakui juga tidak hanya didasari oleh perkembangan ilmu pasti seperti matematika, fisika, kimia, biologi dan sebagainya. Namun juga ditopang oleh filsafat Yunani yang bertumpu pada retorika.

Retorika sebagai sebuah ilmu bicara mulai tampak secara sistematis dalam kehidupan masyarakat di Syracuse Yunani sekitar tahun 465 sebelum masehi (SM). Pada saat itu, rakyat harus melakukan revolusi melawan penguasa. Para pemilik tanah harus mempertahankan dan mendapatkan kembali tanah mereka dalam sidang-sidang pengadilan. Ketiadaan bukti kepemilikan tanah membuat mereka rentan kehilangan hak milik mereka atas tanah. Pada situasi demikian, keterampilan retorika menjadi tumpuan. Melalui retorika di depan Dewan Juri para tuan tanah itu berusaha meyakinkan dan melakukan persuasi terhadap Dewan Juri untuk memperoleh kembali hak atas tanah mereka. Banyak orang yang gagal memperoleh kembali tanahnya karena ketidakmampuan mereka melakukan retorika untuk meyakinkan para juri.

Tergerak dari permasalahan itu maka Corax menulis sebuah makalah Retorika berjudul *Techne Logon* (seni kata-kata). Di dalam makalahnya, Corax memberikan tips bahwa jika kita tidak bisa memastikan maka mulailah dengan berbagai kemungkinan. Sebagai contoh tidak mungkin orang kaya melakukan pencurian yang akan mempermalukan diri mereka sendiri, atau orang miskin tidak mungkin berani untuk menyatakan tanah luas sebagai miliknya dan sebagainya. Menurut Corax, untuk meyakinkan orang lain maka retorika harus terdiri atas lima komponen yaitu, pembukaan, uraian, argumen, penjelasan tambahan, dan kesimpulan.

Pendidikan retorika pertama dilakukan di Athena tahun 427 SM oleh Gorgias. Gorgias merupakan bagian dari kelompok Sophis/ *sophism*. Gorgias melihat kebutuhan pasar, dimana untuk bisa sukses di dewan perwakilan rakyat, di pengadilan, perdagangan orang harus memiliki kemampuan

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

berpikir jernih, logis, serta mampu berbicara dengan jelas dan persuasif. Bagi Gorgias, kebenaran hanya dapat dibuktikan melalui kemenangan dalam pembicaraan. Gorgias menjadi guru retorika pertama. Dia menarik bayaran yang cukup mahal untuk setiap orang yang belajar padanya yaitu 10 ribu drachma/dollar. Gorgias bersama kelompok sophisnya berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain. Retorika menjadi populer bukan hanya sebagai ilmu pidato tetapi meliputi pengetahuan, sastra, gramatika, dan logika. Abad ke-4 SM kemudian berkembang menjadi abad retorika. Pada masa itu muncul tokoh seperti Demosthenes & Isocrates.

Berbeda dengan Gorgias, Demosthenes mengembangkan gaya bicara yang tidak mementingkan keindahan kata-kata, tetapi jelas dan keras. Menggabungkan narasi dan argumentasi, dengan sangat memperhatikan cara penyampaian. Menurut Will Durant dalam bukunya *The Story of Civilization*, Demosthenes yang telah meletakkan pidato pada akting (*hypocrisis*). Sebagai orator, Demosthenes berlatih pidato dengan sabar, dengan mengulang-ulangnya di depan cermin. Bahkan diceritakan Demosthenes sempat membuat gua pesembunyian tempatnya berlatih selama berbulan-bulan dan menggunduli sebelah rambutnya dengan tujuan agar dia malu untuk keluar dan tetap berlatih pidato di dalam gua tersebut. Saat tampil berpidato, Demosthenes melengkungkan tubuhnya, bergerak berputar, meletakkan tangan di atas dahi seperti layaknya seorang yang sedang berpikir dengan mengeraskan suara seperti menjerit (Suardi, 2017: 138).

Isocrates membangun citra baru tentang retorika yang berbeda dengan Gorgias. Jika Gorgias melihat retorika sebagai kebutuhan pasar dan bisa dipelajari oleh siapa saja selama mampu membayar, maka Isocrates menjadikan retorika sebagai pelajaran elit hanya untuk mereka yang berbakat. Isocrates memilih muridnya bukan berdasar siapa yang mampu membayar namun berdasarkan bakat dan kecerdasan calon muridnya. Isocrates percaya bahwa retorika dapat meningkatkan kualitas masyarakat, oleh karena itu retorika tidak boleh dipisahkan dari politik dan sastra. Sekolah retorika Isocrates lebih menekankan pada pendidikan pidato-politik. Bagi Isocrates, hakekat pendidikan adalah kemampuan membentuk pendapat yang tepat mengenai masyarakat. Pendidikan retorika yang diberikan Isocrates kemudian melahirkan tokoh-tokoh retorika seperti Socrates dan Plato. Plato menyebut ajaran retorika Gorgias sebagai retorika palsu, dan ajaran Isocrates sebagai retorika yang benar. Ajaran Gorgias disebut palsu karena hanya mengedepankan upaya pembenaran untuk meraih kemenangan

demi keuntungan pribadi. Salah satu murid Plato yang terkenal adalah Aristoteles.

Aristoteles adalah murid Plato yang menulis buku *De Arte Rhetoric*. Buku tersebut terdiri dari tiga buku yang masing-masing berisi tentang pembicara, pendengar dan retorika itu sendiri. Terkait dengan retorika itu sendiri, Aristoteles memberikan kita lima hukum retorika (*five canons of rhetoric*).

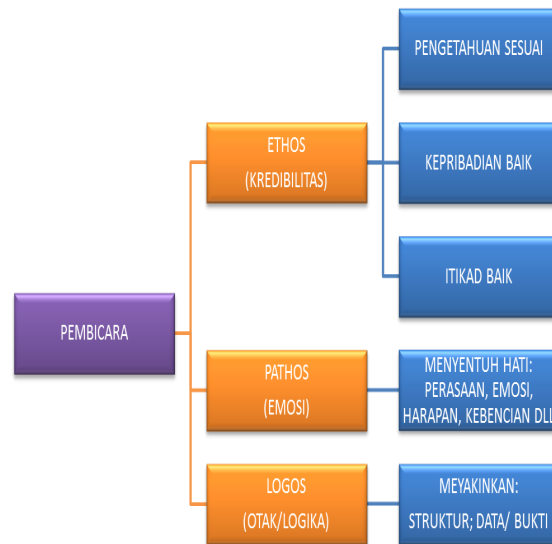


Tahap pertama retorika menurut Aristoteles adalah *inventio*, pada tahap ini seorang pembicara mulai melakukan pengumpulan data dan referensi atas materi pembicaraan yang akan disampaikannya. Karena retorika memiliki tujuan persuasif maka kelengkapan data bukti yang argumentatif menjadi hal yang sangat penting. Tahap kedua adalah *dispositio*, pada tahap ini seorang pembicara harus menyusun materi beserta data dan bukti pendukungnya menjadi sebuah materi atau naskah pembicaraan yang terstruktur, logis, jelas dan meyakinkan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Tahap ketiga adalah *elocutio*, dimana seorang pembicara harus menentukan gaya seperti apa yang akan digunakannya di dalam menyampaikan pembicaraan. Dalam konteks ini pembicara perlu memiliki dan mempersiapkan penampilan, emosi, gesture, ekspresi, bahkan nada suara yang sesuai. Tahap keempat adalah *memoria*, yaitu bagaimana seorang pembicara akan mengingat semua materi yang akan dibawakannya. Apakah dia hanya akan mengandalkan memorinya, atautkah membawa naskah tertulis, atau hanya mencatat poin-poin saja? Semua harus sudah dipertimbangkan sejak awal. Terakhir adalah tahap kelima yaitu *pronuntiatio*, tahap penyampaian. Pada tahap inilah seorang pembicara menyampaikan semua ide dan gagasan yang telah dipersiapkannya. Jadi ketika ada orang

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

yang menyederhanakan retorika sekedar sebagai sebuah peristiwa berpidato atau *public speaking*, sesungguhnya dia baru melihat tahap kelima saja. Padahal tidak mungkin seorang pembicara bisa menjadi seorang pembicara yang baik jika dia tidak mengetahui berbagai ilmu dan pengetahuan lain terlebih dahulu sebagai sumber materinya yang ditempatkan oleh Aristoteles sebagai *canon* atau hukum yang pertama, *inventio*.

Selain memberikan lima hukum retorika yang menjadi panduan bagi kegiatan retorika secara keseluruhan, pemikiran Aristoteles yang juga dijadikan rujukan oleh para pembicara adalah tiga komponen *ethos*, *pathos* dan *logos* yang harus dimiliki oleh seorang pembicara. *Ethos* merupakan wujud dari kredibilitas pembicara. Seorang pembicara yang baik harus memiliki kredibilitas yang diperoleh dari pengakuan dan reputasinya akan penguasaannya di bidang ilmu pengetahuan atau keahlian yang sesuai, dari karakter dan budi pekertinya yang luhur dan dari itikad baik yang dimilikinya. Jadi seorang pembicara tidak cukup hanya punya ilmu pengetahuan dan keahlian tetapi apa yang disampaikan juga harus konsisten dengan budi pekerti dan perilakunya, baru dia akan disebut sebagai pembicara yang kredibel. Kedua, seorang pembicara harus memiliki *pathos* (emosi). Pembicara yang baik harus mampu menyentuh emosi atau perasaan dari pendengarnya. Pembicara yang baik harus mampu membangkitkan perasaan cinta kasih, marah, sedih, gembira, bahagia dan sebagainya dari pendengar sesuai dengan tujuan yang ingin diraih. Ketiga, seorang pembicara yang baik harus punya *logos*, artinya harus mampu menyajikan ide, gagasan dan pikirannya secara logis, terstruktur dan didukung oleh data dan bukti yang kuat.



### 3 Karakter yang harus dimiliki pembicara menurut Aristoteles

Setelah berkembang di Yunani, Retorika juga berkembang di Romawi. Salah satu tokoh retorika romawi yang terkenal adalah Cicero. Cicero banyak mengambil pemikiran Isocrates yang menempatkan retorika bukan sekedar ilmu silat lidah namun untuk kebaikan masyarakat. Meski demikian Cicero menerapkan retorika dengan caranya sendiri. Cicero dikenal dengan gaya retorika yang mampu menyederhanakan pembicaraan yang sulit, bisa bergelora, bisa penuh humor, menghibur, menyentuh emosi, memberondong dengan pertanyaan retorik yang sulit dijawab dan sebagainya. Cicero juga mengadaptasi *five canons of rhetoric*. Baginya pembicara yang baik harus selalu didukung oleh data, harus disusun dengan baik, disampaikan dengan gaya yang baik. Cicero juga memilih untuk menghafal pidatonya di luar kepala dan disampaikan dengan luar biasa. Cicero percaya bahwa retorika yang baik akan lebih baik jika disampaikan oleh orang yang baik pula. *Good man speaks well*.

Retorika juga berkembang di abad pertengahan yang dikenal sebagai abad kegelapan. Ketika gereja-gereja berkuasa, retorika dianggap sebagai seni *jahilliyah* karena dikembangkan oleh orang-orang Yunani dan Romawi yang

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

memuja dewa-dewa. Namun ada pengecualian bagi Santo Agustinus yang telah mempelajari retorika sebelum dia memeluk agama Kristen. Menurutnya, para pengkhotbah seharusnya menguasai retorika karena mereka harus mampu mengajarkan, menggembirakan, dan bahkan menggerakkan jamaahnya yang oleh Cicero disebut sebagai kewajiban seorang orator. Sekitar satu abad kemudian, di timur lahir seorang nabi yang kemudian melahirkan peradaban Islam. Beliau menggunakan gaya berbicara dan selalu menekankan pembicaraan yang menyentuh hati, saling menghargai dan dapat diterima akal pendengarnya.

Pertemuan peradaban Eropa dan Islam melahirkan masa *renaissance*. Salah seorang pemikir *renaissance*, Peter Ramus membagi *five canons of rhetoric* menjadi dua kategori yaitu logika (*invention* dan *dispositio*) dan retorika (*elocution* dan *pronuntiatio*). Pembagian itu kemudian membuat retorika kerap dipahami sebagai pidato atau *public speaking* saja, terpisah dari tahapan-tahapan sebelumnya. Masa *renaissance* menjadi jembatan yang membawa kita pada retorika modern. Salah satu tokoh retorika modern adalah Roger Bacon. Dia menyebut bahwa kewajiban retorika adalah menggunakan rasio dan imajinasi untuk menggerakkan kemauan pendengar secara lebih baik.

Retorika modern berkembang dalam tiga aliran yang terkenal yaitu, *epistemologis*, *belles lettres* dan *elocutionis*. Aliran *epistemologis* membahas ilmu pengetahuan, asal usul, sifat, metode dan batas-batas pengetahuan manusia. Menurut para pengikut aliran ini retorika harus mampu meyakinkan dan menyajikan pembicaraan yang argumentatif dan logis untuk bisa mendapatkan tujuannya. *Belles lettres* berasal dari bahasa Perancis yang berarti tulisan yang indah. Aliran ini mengutamakan penggunaan kata-kata dan bahasa estetik namun terkadang mengabaikan segi informatifnya. Salah satu tokohnya adalah Hugh Blair yang menghubungkan antara retorika, sastra dan kritik. Dia kemudian melahirkan kajian cita rasa (*taste*) yang mendorong lahirnya kemampuan untuk menikmati pertemuan apapun yang indah seperti lirik, musik dan tarian termasuk pidato yang indah. Aliran epistemologis dan *belles lettres* memberikan perhatian yang cukup besar pada tahap persiapan. Sementara aliran *elocutionis* lebih menekankan pada tahap penyampaian pidato. Gilbert Austin salah satu tokohnya memberikan petunjuk praktis bagaimana pidato bisa tersampaikan dengan baik. Bagaimana seorang pembicara harus membangun kontak mata dengan pendengarnya, menjaga suaranya agar bisa mengalun dan menggelora sedemikian rupa. Aliran ini banyak mendapat kritik karena lebih menekankan pada teknik dan gaya

penyampaian sehingga pembicara nampak menjadi tidak bebas menjadi dirinya sendiri. Contoh aliran ini banyak kita jumpai pada model-model retorika pemilihan da'i di televisi saat ini dengan gaya dan nada suara yang terkadang tampak seragam.

Berdasarkan perkembangan sejarahnya tersebut maka dapat ditelusuri bagaimana retorika yang semula besar dan luar biasa kemudian mengalami penurunan makna (*peyoratif*) menjadi hanya sekedar teknik penyampaian pidato saja atau lebih parah lagi sebagai sebuah omong kosong belaka. *Ah..retorika!* Bahkan dalam berbagai kurikulum Ilmu Komunikasi di berbagai perguruan tinggi pun, sebagian besar lebih memilih menggunakan konsep *public speaking* daripada Retorika.

Stephen E. Lucas (2009: 4) memberikan definisi yang sangat sederhana tentang *public speaking*, "*is a way of making your ideas public – of sharing them with other people and of influencing other people.*" Dengan definisi seperti itu, Lucas secara tidak langsung telah "membebaskan" *public speaking* dari batasan yang sempit sebagai sekedar berbicara di depan umum. Definisi *public speaking* sebagai cara untuk membuat ide-ide kita terpublikasikan memberi ruang bahwa hal tersebut juga termasuk cara lain misal melalui komunikasi antar persona maupun bermedia. "*Public speaking is a vital means of civic engagement. It is a way to express your ideas an to have an impact of issues that matter in society*" (Lucas, 2009: 5).

Definisi *public speaking* bukan sekedar sebagai masalah berbicara di depan umum juga diberikan oleh Dale Carnegie (2005: 5), "*Public speaking is public utterance, public issuance, of the man himself; therefore the first thing both in time and in importance is that the man should be and think and feel things that are worthy of being given forth. Unless there be something of value within, no tricks of training can ever make of the talker anything more than a machine--albeit a highly perfected machine--for the delivery of other men's goods. So self-development is fundamental in our plan.*" Berdasarkan definisi tersebut dipahami bahwa jika ingin menjadi pembicara yang baik, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah seorang pembicara harus mengembangkan diri terlebih dahulu.

## **BAB II**

# **MEMPERSIAPKAN DIRI SEBAGA PEMBICARA**

## Aspek Penting dalam Retorika

Setiap situasi retorika akan selalu melibatkan tiga aspek, yaitu pendengar, mimbar (situasi/ konteks), dan pembicara. Dari ketiga aspek tersebut seringkali pembicara dipandang sebagai pusat aktivitas. Sebagai contoh, sering didapati adanya kegiatan seminar, dimana panitia dengan susah payah berusaha menghadirkan seorang narasumber dari kalangan *public figure* atau tokoh tertentu kemudian menyerahkan sepenuhnya sesi pembicaraan kepada sang narasumber karena narasumber dianggap sebagai pusat aktivitas. Kemudian narasumber akan menyusun materi dengan sangat banyak, menjelaskan dari A-Z setiap hal yang terbetik di benaknya sebagai sesuatu yang dianggap menarik dan penting untuk disampaikan. Terkadang ketika waktu sudah terlewati, atau pendengar sudah gelisah, materi tetap disampaikan, tanpa peduli bahwa mungkin semua sudah sia-sia karena perhatian pendengar sudah tidak lagi terarah padanya, yang penting semua materi yang disiapkan tersampaikan, atau bahkan terbacakan. Ketika situasi tersebut terjadi maka sesungguhnya, proses komunikasi yang terjadi sudah tidak lagi efektif. Aktivitas retorika menjadi sebuah ritual atau bahkan seremonial saja tanpa mencapai tujuan yang sesungguhnya.

Oleh karena itu, ketika kita akan mempersiapkan sebuah aktivitas retorika pendengar adalah yang utama karena untuk merekalah kita berbicara dan mereka pulalah yang akan menentukan sukses tidaknya pembicaraan kita. Secara lebih rinci selanjutnya akan diuraikan ketiga unsur tersebut satu demi satu.

### Pendengar

Mendengarkan lebih sulit daripada berbicara. Bahkan dikatakan bahwa salah satu masalah terbesar dalam komunikasi adalah ketika komunikasi tidak berusaha mendengarkan dan memahami melainkan hanya menunggu kesempatan untuk menjawab atau bahkan membantah. Untuk bisa mendengarkan secara aktif, seorang pendengar perlu benar-benar berkonstrasi dan fokus pada pembicara. Padahal di sisi lain, konsentrasi itu dengan mudah sekali dapat terganggu oleh berbagai situasi. Udara yang panas, suara sekeliling yang bising, ingatan yang melayang ke sana kemari, hingga materi yang dianggap tidak memenuhi kebutuhan (*needs*) dan

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

keinginan (*wants*) dari lawan bicara.

Seringkali ditemui, seseorang yang mencari teman untuk bercerita namun kemudian situasi menjadi berbalik, dia kemudian yang justru harus mendengarkan cerita yang teman. Hal itu seringkali terjadi karena kemampuan mendengarkan masing-masing sering luput diasah. Orang lebih banyak ingin didengarkan daripada harus mendengarkan. Seorang pembicara bisa tahan memberikan materi secara terus menerus selama 2 jam penuh, namun ketika ditukar posisinya menjadi pendengar belum tentu dia mampu menjadi pendengar yang baik dalam waktu 20 menit saja. Padahal dalam sebuah aktivitas retorika, sukses diukur dari dampak yang timbul pada pendengarnya. Seorang pembicara mampu menyampaikan materi selama 2 jam penuh belum bisa dikatakan berhasil jika tidak ada perubahan pada aspek kognitif, afektif dan psikomotorik pada pendengarnya.

Sebagai seorang pembicara, kita juga harus mau dan mampu bersaing dengan berbagai stimulus lain yang juga dapat menarik perhatian pendengar dan mengganggu aktivitasnya untuk mendengarkan pembicaraan kita. Beberapa contoh diantaranya adalah hadirnya pembicara lain yang lebih diharapkan pendengar daripada kita, adanya sesi materi yang lebih menarik daripada materi kita. Atau bahkan lebih buruk ketika perhatian pendengar teralihkan dari kita hanya karena kita menggunakan animasi-animasi lucu dan menarik di slide presentasi kita sehingga perhatian pendengar lebih fokus pada animasi tersebut dan bukan pada pembicaraan kita. Untuk itu seorang pembicara harus berusaha maksimal agar apa yang disampaikan dapat menarik perhatian dan dapat memenuhi kebutuhan dari pendengarnya.

Lucas (2004:110) menyatakan bahwa "*good public speakers are audience-centered.*" Artinya adalah pembicara harus selalu mengutamakan pendengar dalam setiap tahap persiapan maupun penyampaian pidatonya. Dalam upaya memenangkan perhatian pendengar maka langkah paling penting yang dapat kita tempuh sebagai seorang pembicara adalah mengenali siapa pendengar kita, siapa lawan bicara kita. Identifikasi pendengar bisa dilakukan berdasarkan unsur demografinya, yang meliputi usia, gender, agama, orientasi seksual, keanggotaan kelompok, ras, etnis, atau latar belakang budayanya. Berapa rata-rata usia peserta seminar kita? Apa agama lawan bicara kita? Bagaimana status pernikahan orang-orang yang hadir dalam pelatihan bisnis kita? Bagaimana latar belakang budaya orang-orang yang hadir dalam kegiatan penyuluhan yang akan kita berikan. Semua informasi itu diperlukan agar kita bisa memperkirakan apa materi yang sesuai yang bisa kita berikan

untuk mereka. Materi apa yang lebih peserta butuhkan dan inginkan dalam topik besar yang diberikan kepada kita.

Selain berdasarkan unsur demografinya, seorang pembicara juga harus mengetahui unsur psikologis dari pendengarnya. Lucas (2004:113) mengatakan bahwa pendengar biasanya sangat *egocentric* mereka akan menilai sebuah materi pembicaraan berdasarkan nilai, keyakinan, dan pengalaman mereka sendiri. Untuk itu akan menjadi sebuah titik tolak yang bagus bagi seorang pembicara jika ia mengetahui apa permasalahan yang dihadapi oleh pendengarnya, dan berbicaralah tentang permasalahan mereka serta solusi untuk menyelesaikannya. Banyak kegagalan yang timbul dalam sebuah aktivitas retorika yang terjadi bukan karena materi yang tidak bagus atau kualifikasi pembicara yang buruk, namun karena pembicara tidak mampu atau keliru di dalam menangkap suasana kebatinan yang melingkupi aktivitas retorika yang dilakukannya. Misal, seorang pembicara yang berusaha membangun keakraban dengan peserta atau lawan bicara dengan melakukan atau memberikan panggilan atau sebutan tertentu untuk pendengarnya namun justru menjadi bumerang karena pendengar tidak suka dengan sebutan tersebut. Di sinilah informasi dasar tentang karakteristik peserta menjadi penting diketahui oleh seorang pembicara.

Berikutnya, seorang pembicara juga harus melakukan analisis situasional dari pendengarnya. Termasuk di sini adalah ukuran kelompok atau jumlah pendengarnya. Ukuran pendengar akan mempengaruhi materi dan cara penyampaian pidato. Berbicara dengan satu atau dua orang tentu akan berbeda dengan cara berbicara dengan orang banyak atau dalam situasi *public speaking*. Salah satu prinsip yang bisa dijadikan pegangan adalah, "*the larger the audience, the more formal your presentation must be*" (Lukas, 2004:122). Semakin banyak jumlah pendengar kita maka semakin formal presentasi atau pembicaraan yang kita lakukan. Sebaliknya semakin sedikit peserta maka keakraban dan interaksi dengan pendengar akan lebih mungkin untuk dijalin. Namun demikian kita tetap harus memperhatikan karakteristik dan kondisi psikologis lainnya. Berbicara dengan orang yang berwenang atau ditokohkan tentu saja membutuhkan cara yang formal dan terjaga meskipun kita hanya berbicara dalam level personal.

### **Situasi/ Konteks**

Kesuksesan sebuah pembicaraan seringkali juga dipengaruhi oleh konteks pembicaraan. Oleh karena itu seorang pembicara harus mengetahui

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

*physical setting* dari acara yang akan dihadapinya. Termasuk di dalam unsur ini adalah waktu pembicaraan. Kapan pembicaraan dilakukan? Pagi, siang, sore, atau malam? Berapa lama waktu yang disediakan? Beberapa menit saja atau cukup panjang? Acara apa yang mendahului atau mengikuti pembicaraan kita? Acara makan atau istirahat tentu akan mempengaruhi konsentrasi pendengar pada sesi kita. Coba bayangkan jika kita sebagai pembicara mendapat sesi tampil pada jam sesudah makan siang dan sesudah sesi kita akan hadir bintang tamu yang sudah ditunggu oleh peserta. Hampir dapat dipastikan, peserta yang mengantuk karena kekenyangan dan capek tidak sabar untuk menunggu sesi kita berakhir dan ingin segera masuk ke sesi berikutnya. Jadi apakah dalam situasi demikian, akan tepatkah jika kita menyusun materi dengan banyak istilah teknis, dan slide tayangan yang banyak dipenuhi oleh teks?

Selain mengetahui waktu dan susunan acara, seorang pembicara juga perlu mengetahui situasi tempat beserta fasilitas dan bahwa penataan ruangnya lebih awal. Bagaimana situasi dan kondisi ruangan/ tempat pembicaraan? Apakah kondisi ruang cukup menampung pendengar dengan komposisi yang ideal. Apakah tempat acara merupakan tempat terbuka (*outdoor*) ataukah tertutup (*indoor*)? Bagaimana temperatur udaranya? Terlalu panas atau terlalu dingin juga akan mempengaruhi konsentrasi pendengar.

Bagaimana penempatan kursi-kursi, meja, dan sound systemnya? Apakah kursi meja disusun dalam bentuk *round table*, *U style*, *theater*, ataukah *classical*? Ketika kita melihat panitia menyusun meja kursi dengan *round table style* maka dapat diprediksi bahwa panitia mungkin menginginkan peserta dapat lebih banyak berinteraksi dan diskusi dengan sesama peserta lain, jadi metode pemberian studi kasus, diskusi akan lebih tepat kita pilih sebagai pendukung pemaparan materi kita. Jika tidak maka kita harus bersiap jika peserta lebih mudah terpancing untuk berbicara dengan sesama mereka dibanding mendengarkan paparan kita kecuali jika kita benar-benar mampu meyakinkan mereka bahwa materi kita adalah materi yang mereka inginkan dan butuhkan. Jika dimungkinkan, sebaiknya sejak awal pembicara sudah terlebih dahulu mendiskusikan penataan kursi yang dibutuhkan sesuai dengan tema acara dan kebutuhan luaran hasil yang diinginkan. Misal untuk kelas pelatihan teknis maka penataan kursi *classical* dengan meja kursi berjejer seperti ruang kelas akan lebih tepat. Tapi untuk model pelatihan *character building*, peningkatan motivasi dan sejenisnya maka penataan kursi dengan *U style* akan lebih memberikan ruang bagi pembicara dan peserta untuk

bergerak lebih leluasa melakukan aktivitas permainan (*game* atau *ice breaking*) dalam ruangan.

Tidak kalah penting untuk diketahui dan dipersiapkan sejak awal adalah fasilitas pendukung pembicaraan, presentasi atau *public speaking*. Bagaimana ketersediaan dan kesiapan alat bantu presentasinya? Apakah panitia menyediakan *pointer*, proyektor, *sound system*, *flipchart* atau media audio visual lain? Jika mungkin, lakukan pengecekan terhadap itu semua. Lakukan *test mic* dengan mengucapkan beberapa kata atau kalimat bukan hanya dengan menyalakan mic apalagi hanya bertanya kepada panitia apakah disediakan *mic* atau tidak. Cek kualitas tayangan dengan mencoba mengkoneksikan materi kita dari laptop atau USB *flashdisk* dengan proyektor dan *sound system*-nya dan putar beberapa tayangan sehingga sebelum tampil kita sudah pastikan semua materi dapat ditayangkan dengan baik. Jika diperlukan lakukan pembenahan atau *setting* ulang alat-alat pendukung tersebut sehingga sesuai dengan kondisi yang kita inginkan.

### **Pembicara**

Setelah mengetahui siapa pendengar dan bagaimana situasi pembicaraan yang akan dihadapi maka langkah berikutnya adalah bertanya pada diri sendiri, “apakah saya berkualifikasi untuk berbicara di hadapan kelompok pendengar ini dalam situasi seperti demikian?

Jika jawabannya YA maka pastikan kita memiliki lima HARUS berikut:

#### **Pengetahuan**

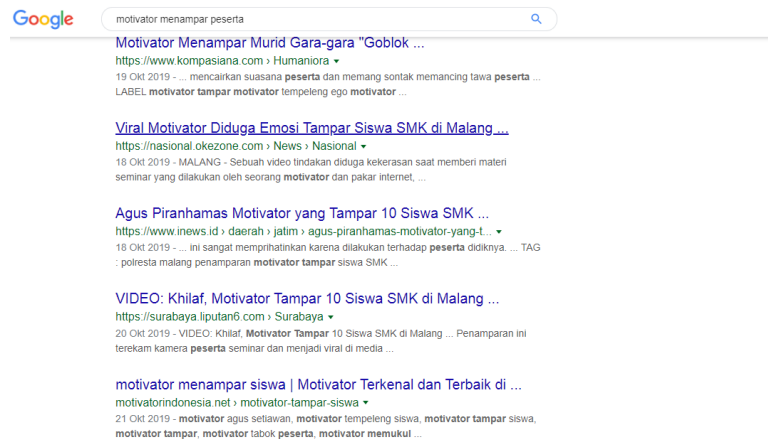
Memadaiakah pengetahuan kita tentang topik pembicaraan yang diminta? Apakah saya cukup menguasai informasi yang dibutuhkan dan diinginkan oleh peserta? Jika tidak, apakah saya masih bisa mempelajarinya segera? Adakah sumber informasi yang bisa saya dapatkan sehingga saya bisa memenuhi informasi materi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan peserta? Atau apakah sebaiknya saya tidak usah memaksakan diri menjadi pembicara karena ini bukan bidang pengetahuan yang saya kuasai? Terkait dengan pengetahuan ini, harus diingat bahwa pengetahuan berbeda dengan pendidikan. Seorang mahasiswa bisa saja menjadi seorang ahli dalam bidang *game online* mengalahkan dosennya, karena mahasiswa tersebut merupakan seorang atlet *e-sport* yang justru merupakan sesuatu yang asing bagi dosennya yang bukan berasal dari generasi

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

milennial. Seorang ibu rumah tangga bisa saja menjadi seorang pakar dan tepat menjadi pembicara *parenting* dibanding seorang profesor yang lebih banyak berada di laboratorium dibandingkan di rumah bersama anak-anaknya.

#### **Ketulusan (*good will*)**

Meyakini apa yang ingin disampaikan. Sebelum berusaha meyakinkan orang lain, seorang pembicara harus meyakini terlebih dahulu apa yang dibicarakannya adalah sesuatu yang benar dan bermanfaat. Seorang pembicara harus memiliki ketulusan dan itikad yang baik (*good will*) bahwa dia menjadi pembicara karena percaya bahwa apa yang disampaikannya akan membawa kebaikan bagi orang lain. Seorang pembicara yang baik akan menyetujui untuk menjadi pembicara bukan karena ingin mendapat pujian atau penghargaan melainkan karena ketulusan bahwa apa yang diketahuinya akan lebih bermanfaat jika dibagi kepada lebih banyak orang. Jika sudah memiliki harus yang kedua ini, maka dapat dipastikan seorang pembicara akan betul-betul menjadikan pendengarnya sebagai pusat aktivitas retorika. Dia akan berusaha mengetahui kebutuhan dan keinginan pendengar dengan lebih baik, akan berusaha mencari cara penyampaian terbaik sehingga bisa mendapatkan hasil maksimal, dan pada akhirnya pembicaraan akan memberikan hasil terbaik juga. Jika itu yang terjadi maka apresiasi dengan sendirinya akan didapatkan. Dalam realitanya, banyak terjadi seorang pembicara merasa diri penting sehingga minta dihargai lebih, dia akan marah ketika ada peserta yang mempertanyakan materinya, mudah tersinggung dan lebih suka tampil narsis menunjukkan siapa dirinya.



Contoh kasus ketika seorang pembicara marah terhadap peserta.

### Antusiasme

Telah diuraikan di bagian awal bahwa mendengarkan lebih sulit daripada berbicara. Dapat dibayangkan apa yang terjadi pada peserta jika pembicaranya sendiri tidak antusias dengan pembicaraannya. Hanya orang yang memiliki semangat yang bisa membuat orang lain bersemangat. Maka ketika kita menyanggupi untuk menjadi seorang pembicara, pastikan kita memang antusias untuk berbagi pengetahuan dengan peserta. Dengan antusiasme yang dimiliki, maka seorang pembicara akan berusaha maksimal membuat peserta juga antusias dengan materi yang disampaikan. *"Listen! Emerson said: 'Nothing great was ever achieved without enthusiasm.' Carlyle declared that 'Every great movement in the annals of history has been the triumph of enthusiasm. Eloquence is half inspiration. Sweep your audience with you in a pulsation of enthusiasm. Let yourself go'"* (Carnegie, 2005: 57). Sebaliknya, jika kita hadir dan menjadi pembicara karena terpaksa misal karena ditugaskan oleh atasan maka dapat dipastikan bahwa kita tidak akan berusaha maksimal untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan peserta akan pengetahuan atau informasi yang bisa kita berikan. Kita akan lebih berusaha untuk menyenangkan atasan yang menugaskan kita atau sekedar menjalankan tugas dan mematahkan kewajiban saja dan sama sekali tidak berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan pendengar.

## RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian

### Latihan.

Berbicara adalah keterampilan oleh karena itu latihan menjadi suatu keharusan. Tidak ada yang dapat menggantikan latihan. Terkait dengan latihan ini, banyak pembicara yang menganggap bahwa ketika sudah tidak lagi merasa gugup untuk berbicara di depan publik maka dia sudah terampil dan sudah tidak perlu berlatih lagi. Padahal latihan itu sangat luas, mulai dari latihan membuat pendahuluan yang menarik perhatian, yang membuat orang menjadi ingin tahu dengan materi kita, pendahuluan yang tidak monoton dan sebagainya. Berlatih untuk menyesuaikan jumlah slide presentasi yang kita punya dengan waktu yang disediakan oleh panitia. Berlatih mengembangkan materi dan juga bila perlu berlatih menciutkan materi sehingga ide yang sama bisa disampaikan dalam waktu 2 jam atau 20 menit tanpa kehilangan substansi. Dalam hal menciutkan materi ini, masih banyak pembicara yang kurang berlatih, sehingga sering ditemui dalam berbagai forum seminar, moderator sudah menyatakan bahwa waktu habis namun pembicara masih sibuk membacakan slide demi slide yang dibuat dengan pertimbangan bahwa semua itu penting, menurut dia. Berlatih mengatur senyuman dan mengendalikan emosi juga diperlukan oleh seorang pembicara, terutama ketika situasi berjalan tidak seperti yang kita inginkan. Hal yang juga jarang dilakukan oleh seorang pembicara adalah berlatih membuat penutupan yang baik sehingga pembicaraan akan berakhir dengan meninggalkan kesan mendalam dan lekat dalam benak pendengar. Pada tataran inilah, latihan merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa diabaikan oleh seorang pembicara. *"But preparation must also be of another sort than the gathering, organizing, and shaping of materials--it must include practise, which, like mental preparation, must be both general and special"* (Carnegie, 2005: 63)

### Kenikmatan

Pernahkah anda melihat seorang pembicara yang gelisah selama acara berlangsung? Sering melihat jam di tangan? Atau memandang cemas ke arah mendung di luar ruangan? Atau pernahkah anda mengalami situasi dimana anda sedang berbicara tatap muka dengan seseorang, tapi orang yang diajak bicara tidak menatap wajah anda, atau sibuk mengalihkan pembicaraan atau membuka-buka *smartphone*

di tangannya? Apa yang kita pikirkan ketika melihat lawan bicara kita seperti itu? Tentu kita akan berpikir bahwa orang tersebut tidak nyaman dengan pembicaraan kita, orang tersebut tidak menikmati pembicaraan kita. Apa kemudian yang kita rasakan ketika berada di hadapan lawan bicara yang demikian? Tentu kita pun akan ikut merasa tidak nyaman. Itulah sebabnya maka sebagai pembicara kita harus menikmati kegiatan pembicaraan kita. Ingat bahwa mendengarkan lebih sulit daripada berbicara, maka jika pembicara saja tidak menikmati acaranya bagaimana dengan pendengarnya? Kenikmatan akan kita miliki jika kita telah memenuhi empat harus sebelumnya, kita punya pengetahuan yang cukup, kita memiliki ketulusan untuk berbagi pengetahuan dan manfaat, kita antusias dengan acaranya dan kita sudah cukup berlatih.

Jika anda sudah memiliki kelima HARUS di atas maka anda mungkin memang berkualifikasi dan layak untuk menjadi seorang pembicara.

## Karakteristik dan Kualifikasi Pembicara

**K**etika anda sudah memutuskan untuk menjadi seorang pembicara maka anda harus sudah siap untuk bersikap profesional. Melakukan *public speaking* atau retorika bukan masalah berbicara atau *delivery* saja namun juga menyangkut kesediaan untuk membuat persiapan dan melakukan pengembangan diri. “*Good public speakers understand that they must plan, organize, and revise their material in order to develop an effective speech.*”

Seorang pembicara yang baik juga harus selalu memiliki sikap positif dan percaya diri yang baik. Anda harus yakin bahwa setelah anda mengetahui siapa pendengar yang harus dihadapi dan bagaimana situasi dan konteks yang tersedia kemudian anda menyatakan bersedia menjadi pembicara maka anda harus yakin bahwa anda akan bisa melakukan dan memberikan yang terbaik. Jika ingin sukses maka anda jangan pernah ragu untuk melakukannya. “*If you believe you will fail, there is no hope for you. You will*” (Carnegie, 2005:9).

Selain memiliki persepsi positif tentang dirinya, pembicara yang baik juga harus memiliki itikad baik dengan retorika atau *public speaking* yang dilakukannya. Plato melihat retorika jauh dari seni daya tarik pembicara. Plato menyatakan bahwa retorika yang ideal seharusnya didasari oleh pemahaman yang baik oleh pembicara tentang pendengarnya (Griffin, 2012: 287). Oleh karena itu, kriteria pembicara yang baik adalah juga harus berorientasi pada pendengar. Pendapat tersebut senada dengan pendapat Lucas (2004:110) yang menyatakan bahwa “*good public speakers are audience-centered.*”

Bahwa pembicara harus berorientasi pada pendengar tentu saja tidak terlepas dari fakta bahwa keberhasilan sebuah aktivitas retorika atau *public speaking* terletak pada kepuasan dan efek yang terjadi pada pendengar. Seorang pembicara dikatakan berhasil dan diakui sebagai pembicara yang baik dan kredibel jika dia berhasil mempersuasi pendengarnya untuk mengikuti apa yang menjadi tujuan dari retorika yang dilakukannya.

Terkait dengan tugas persuasi yang dibebankan kepada seorang pembicara Aristoteles menyatakan bahwa alat yang tersedia untuk melakukan persuasi dapat dikategorikan menjadi dua macam yaitu *artistic*

atau *inartistic*. "*Inartistic or external proofs are those that the speaker doesn't create.*" Kategori pertama yaitu *inartistic* merupakan alat persuasi yang datang dari luar diri pembicara, di antaranya bisa berupa testimoni dari saksi mata atau dokumen seperti surat dan kontrak. "*Artistic or internal proofs are those that the speaker creates.*" Sementara *artistic* merupakan alat persuasi yang melekat pada diri atau diciptakan oleh pembicara sendiri (Griffin, 2012: 290)

Perangkat persuasi yang dapat diciptakan atau dimiliki oleh pembicara adalah 3 karakteristik pembicara dari Aristoteles yang sangat terkenal dan sering dijadikan rujukan, yaitu bahwa seorang pembicara yang baik harus memiliki tiga bentuk alat persuasi artistik yaitu *logical* ( *logos* ), *ethical* ( *ethos* ), dan *emotional* ( *pathos* ). *Logos* muncul dalam bentuk alur argumentasi dalam pembicaraan, *ethos* merupakan karakter pembicara yang tampak pada pesan, sementara *pathos* adalah perasaan yang tergambar pada pendengar yang muncul sebagai efek dari retorika yang dilakukan.

Terkait dengan retorika sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan segala macam alat yang tersedia untuk mempersuasi orang lain, Aristoteles juga memberikan tiga kualifikasi yang harus dimiliki seorang pembicara agar dapat memiliki kredibilitas yang tinggi yaitu, *intelligence*, *character* dan *goodwill*.

Seorang pembicara akan memiliki kredibilitas tinggi jika memenuhi kriteria kecerdasan yang diharapkan oleh pendengar (*perceived intelligence*). Dalam konteks ini, pendengar akan menilai kualitas intelegensia seorang pembicara berdasarkan irisan keyakinan mereka dengan gagasan pembicara. Semakin besar irisannya maka gagasan pembicara akan semakin mudah diterima oleh pendengar. "*My idea of an agreeable speaker is one who agrees with me.*"

Karakteristik kedua yang dapat meningkatkan kredibilitas pembicara dalam penilaian pendengarnya adalah pembicara harus memiliki karakter atau budi pekerti yang luhur (*virtuous character*). Pendengar berharap bahwa pembicara adalah sosok yang baik dan jujur. Oleh karena itu keselarasan perilaku seorang pembicara dengan apa yang dibicarakan menjadi poin penting bagi penilaian karakter pembicara oleh pendengar. Jangan sampai pendengar tidak percaya dengan kata-kata pembicara dan mengatakan bahwa pembicara hanya *omong doang*.

Karakter artistik ketiga yang dapat meningkatkan kredibilitas pembicara menurut Aristoteles adalah *goodwill*. "*Goodwill is a positive judgment*

***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

*of the speaker's intention toward the audience"* (Griffin, 2012: 293). Menurut Aristoteles, tidak ada gunanya seorang pembicara memiliki kecerdasan yang luar biasa atau karakter yang sangat brilian jika ia tidak mampu memenangkan hati pendengarnya. Maka seorang pembicara harus bisa memperoleh penilaian positif dari pendengar tentang itikad baik (*good will*) yang dimilikinya.

## Mengatasi Hambatan dari Dalam Diri

**S**esaat sebelum tampil seorang pembicara harus melakukan persiapan yang matang. Persiapan yang baik akan menentukan sukses tidaknya kegiatan pembicaraan yang dilakukan. Persiapan dilakukan mulai mempersiapkan materi, alat bantu, penampilan, maupun mental. Pembicara harus mampu mengatasi hambatan dari dalam dirinya sendiri, untuk itu buatlah persiapan yang matang.

Selain mempersiapkan materi dan penampilannya, seorang pembicara juga perlu mempersiapkan dirinya sendiri, baik secara fisik maupun mental. Pastikan kita dalam keadaan sehat dan siap dengan situasi yang akan kita hadapi. Mengetahui suasana kebatinan situasi retorika yang akan kita jalani akan membantu kita sebagai pembicara untuk memilih sikap dan memposisikan diri dengan lebih baik. Miliki ketulusan dan kenikmatan dalam menjalani pembicaraan sehingga kita lebih siap untuk tampil.

Sebagai bagian dari persiapan, ketahui pula jenis acara yang harus kita hadiri. Tanyakan kepada panitia adakah *dress code* yang harus diikuti sehingga kita bisa menentukan pakaian seperti apa yang harus dikenakan. Jika kita memutuskan untuk membeli pakaian baru dan memakainya pada saat acara, maka pastikan dulu bahwa pakaian tersenyum nyaman dipakai dan membuat kita lebih percaya diri saat memakainya. Jangan ambil resiko dengan mengenakan pakaian baru yang belum pernah kita coba sebelumnya. Pernah terjadi, ketika saya diundang sebagai pembicara suatu acara di luar kota, saya membawa baju baru yang akan digunakan saat tampil. Saya yakin baju itu bagus dan pantas untuk dipakai saat acara, namun saya tidak sempat mencobanya sebelum saya berangkat ke luar kota. Saya baru merasakan bahwa bahan baju itu sangat tidak nyaman dipakai ketika sudah hari H. Saya juga baru menyadari bahwa ternyata baju tersebut tidak tampak bagus pada badan saya sehingga selama acara konsentrasi terpecah karena merasakan ketidaknyamanan sekaligus kehilangan kepercayaan diri karena baju yang tidak pas di badan.

Terkait dengan masalah kesiapan mental maka pada umumnya setiap orang akan merasa gugup. Gugup adalah hal yang wajar dan tidak bisa dihilangkan. Gugup hanya bisa dikendalikan. Perbedaan antara pembicara pemula dengan pembicara senior adalah pada kemampuannya mengendalikan kegugupan. Bagi pembicara yang sudah memiliki jam terbang tinggi,

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

mungkin kegugupannya bisa dengan mudah dikendalikan hanya dengan membaca do'a atau sekedar menarik nafas panjang. Sementara bagi seorang pemula, kegugupan mungkin harus bisa dikendalikan dengan usaha yang lebih keras. Membuat persiapan materi yang lengkap, melatih penampilan berulang-ulang, hingga membeli baju baru.

Upaya mengendalikan kegugupan dapat dilakukan dengan mengatasi sumber kegugupannya. Sumber kegugupan bisa bermacam-macam, mulai dari kurangnya penguasaan materi, faktor fisik dan penampilan, hingga kurangnya penguasaan teknik retorika/ *public speaking*. Mengatasi persoalan diri sendiri merupakan persoalan yang terkadang menjadi sangat berat untuk dilakukan seseorang.

G. Sukadi (1993:10) mengatakan bahwa ada berbagai persoalan diri sendiri yang terkadang menjadi penghambat dilaksanakan kegiatan retorika. Beberapa di antaranya adalah:

1. Tipe Kelinci: Ini adalah penghambat utama pada sebagian besar orang, yaitu selalu berusaha untuk menolak kesempatan tampil dengan berbagai macam dalih. Ibarat kelinci yang jinak ketika diusap tetapi langsung meloncat ketika akan ditangkap, seseorang bertipe kelinci juga demikian. Bisa jadi di awal dia tampak seolah bersedia untuk melakukan presentasi atau public speaking, tapi pada saatnya tampil dia akan mencari beragam alasan untuk membatalkan penampilannya. Tiba-tiba sakit perut, tiba-tiba pusing, tiba-tiba ada keperluan lain dan sebagainya. Semua dilakukan semata-mata karena alasan ketakutan menghadapi situasi public speaking atau retorika. Jika dibiarkan maka sampai kapanpun orang dengan tipe kelinci akan selalu menghindari kesempatan tampil. Lakukan *ice breaking*! Ambil langkah pertama maka langkah berikutnya akan lebih mudah.
2. Belum Terbiasa: Membayangkan sesuatu yang belum terjadi terkadang bisa memberikan gambaran yang jauh lebih buruk dari kenyataan sesungguhnya. Demikian pula dengan berbicara. Jika tidak dibiasakan maka berbicara akan selalu menjadi hal yang sulit. Oleh karena itu tambah jam terbang. Jadikan setiap kesempatan sebagai ajang untuk berlatih dan mengasah keterampilan. Jika kesempatan pertama sudah diambil, teruskan dengan kesempatan berikutnya. Semakin sering dilakukan maka semuanya akan terasa menjadi lebih mudah karena berbicara adalah keterampilan yang akan semakin dikuasai jika sering digunakan.
3. Kurang persiapan: Malas adalah penyebab utama dari kurangnya per-

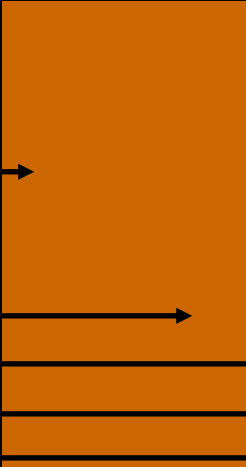
siapan seorang pembicara. Untuk membuat persiapan yang baik seorang pembicara bahkan harus mau melakukan riset, pengumpulan data, latihan yang intensif dan sebagainya. Bagi seorang pembicara pemula, semakin sedikit mengurangi 75% kegugupan.

4. Kondisi tidak sehat: Pembicara perlu memiliki fokus yang baik, harus antusias dan bersemangat, harus memiliki daya tahan tubuh yang bagus untuk bisa berbicara selama dua jam atau bahkan lebih secara terus menerus. Apalagi jika menyampaikan materi dilakukan secara *mobile* dan interaktif. Oleh karena itu, kondisi t persiapan yang dilakukan maka kegugupannya akan semakin besar. Oleh karena itu membuat persiapan yang baik sebelum tampil diyakini akan dapat fisik maupun psikologis yang tidak sehat akan menjadi penghambat bagi seorang pembicara.

Motivasi tidak kuat: Menjadi seorang pembicara dituntut untuk memiliki antusias, semangat, ketulusan dan niat baik untuk berbagi informasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengar. Jika pembicara tidak memiliki motivasi yang kuat maka dia tidak akan melakukan usaha maksimal untuk memberikan penampilan terbaiknya bagi pendengar. Pembicara yang tidak memiliki motivasi kuat, hanya akan menjalankan aktivitas berbicara sebagai sekedar pengucapan kata-kata, tanpa ilmu dan seni. Sekedar menjalankan tugas.

Berbicara adalah keterampilan yang sangat bergantung pada latihan, dan praktek atau jam terbang. Pada penampilan pertama mungkin rasa takut masih sangat mendominasi. Maka kita harus teruskan dengan penampilan-penampilan berikutnya. Mungkin kita akan mengalami kegagalan, tapi belajarlah dari kegagalan itu. Suatu saat kita akan bisa mengatasi rasa takut atau kegugupan dengan mudah. Dale Carnegie (2005:7) mengatakan bahwa rahasia untuk sukses melakukan *public speaking* adalah, "*Practise, practise, PRACTISE in speaking before an audience will tend to remove all fear of audiences, just as practise in swimming will lead to confidence and facility in the water. You must learn to speak by speaking.*"

**RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

| FREKUENSI TAMPIL                                                                       | TEMBOK RASA                                                                        | HASIL                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1.    |  |                          |
| 2.    |                                                                                    |                          |
| 3.    |                                                                                    |                          |
| 4.    |                                                                                    |                          |
| 5.    |                                                                                    |                          |
| 6.    |                                                                                    |                          |
| 7.    |                                                                                    |                          |
| 8.   |                                                                                    |                          |
| 9.   |                                                                                    |                          |
| 10.  |                                                                                    |                          |
| FASE KETAKUTAN                                                                         |                                                                                    | FASE KEPASTIAN/ KEAMANAN |

**Tembok rasa takut:**

Gerald Green (2000:26) mengatakan bahwa saatnya tampil ada beberapa hal yang tidak perlu anda risaukan. Kerisauan terkadang bisa menjadi batu penghalang yang besar bagi kesuksesan penampilan anda. Beberapa sumber kerisauan pembicara pemula adalah sebagai berikut:

**Kegugupan.** Jangan risaukan kegugupan anda. Semua orang mengalami kegugupan pada saat akan tampil. Kegugupan tidak bisa dihilangkan, tetapi bisa dikendalikan. Sepanjang masih bisa dikendalikan kegugupan bagus untuk anda. Orang yang sudah merasa tidak pernah gugup biasanya cenderung menggampangkan aktivitas retorika dan tidak melakukan persiapan yang baik. Berbeda dengan orang yang masih merasakan gugup. Mereka akan melakukan persiapan yang lebih baik dan berusaha tampil dengan sebaik-baiknya pula. Jadi kegugupan dalam konteks ini bisa menjadi sesuatu yang positif sehingga tidak perlu dirisaukan.

**Malu.** Jangan risaukan rasa malu anda. Sebaliknya, anda harus risau ketika sudah tidak punya rasa malu. Semua orang pasti punya rasa malu tentang sesuatu. Jika mereka bisa mengatasinya yakinlah bahwa kita pun bisa. Berpikir positif bahwa apa yang membuat kita malu

mungkin hanya kita yang tahu, orang lain tidak mengetahuinya. Namun ketika kita terlalu fokus pada hal tersebut bukan tidak mungkin justru malah akan mengarahkan perhatian orang pada hal tersebut.

Suara. Untuk menjadi seorang pembicara yang baik anda tidak perlu memiliki suara yang sempurna sebagaimana yang dimiliki seorang penyanyi. Sebagai pembicara, poin yang lebih penting bagi anda adalah membuat pembicaraan anda bisa dimengerti. Bahwa anda memiliki suara bagus maka itu adalah asset yang berharga untuk anda.

Aksen. Bangsa Indonesia adalah bangsa yang sangat kaya dengan keragaman bahasa, termasuk aksen atau dialek. Jadi, anda tidak perlu risau dengan itu, kembali fokus pada tugas utama anda yaitu menyampaikan pidato dengan jelas dan dapat dipahami oleh pendengar anda. Dialek bukan masalah selama itu tidak menyebabkan perbedaan makna. Misal, kenyataan bahwa orang sunda sering mengalami kesulitan membedakan penggunaan huruf p, f dan v tidak harus menjadi sebuah kerisauan sepanjang lawan bicara atau pendengar dapat memahami yang dimaksud oleh pembicara.

Jangan risaukan perbendaharaan kata anda. Kesederhanaan adalah keunggulan, satu-satunya cara terbaik untuk berkomunikasi adalah dengan berkomunikasi secara sederhana. Meski banyak pembicara yang gemar menunjukkan perbendaharaan katanya yang rumit dan banyak menggunakan istilah teknis atau istilah asing, tidak berarti hal itu lebih baik. Karena tujuan pembicaraan atau retorika bukanlah pada seberapa banyak perbendaharaan kata atau penguasaan bahasa oleh seorang pembicara melainkan seberapa banyak yang bisa dipahami oleh pendengarnya.

Jangan risaukan pendidikan anda. Pendidikan memang sangat penting, tetapi keterampilan berbicara tidak serta merta melekat pada seseorang dengan pendidikan tinggi dan memiliki sederet gelar. Tidak jarang bahkan orang dengan gelar berderet justru tidak mampu berkomunikasi dengan efektif. Sebagian besar dari mereka umumnya akan lebih banyak berorientasi pada kualitas diri dan tidak

*RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian*

berorientasi pada pendengar.

Jangan risaukan opini pendengar anda. Kegagalan adalah jika kita mencoba menyenangkan orang lain. Sebagai pembicara akan sulit membuat semua orang senang atau terpuaskan sesuai keinginannya. Oleh karena itu cukup lakukan apa yang terbaik yang bisa anda lakukan.

# **BAB III**

## **MEMPERSIAPKAN**

## **MATERI PEMBICARAAN**

## Memilih Sumber dan Topik Pembicaraan

**S**alah satu hambatan yang sering dialami pembicara pemula adalah kebingungan dalam menentukan apa yang harus dibicarakan atau kesulitan dalam mencari bahan pembicaraan. Banyak orang merasa kesulitan untuk memulai pembicaraan karena tidak tahu harus bicara apa. Dari mana dan bagaimana memulai pembicaraan. Oleh karena itu, Stephen E. Lucas (2009: 11) mengatakan bahwa, *"another key to gaining confidence is to pick speech topics you truly care about – and then prepare your speeches so thoroughly that you cannot help but be successful."*

Kesulitan menentukan tema pembicaraan tidak hanya terjadi dalam konteks *public speaking*, namun juga banyak ditemukan dalam konteks komunikasi antar persona. Ketika retorika dipahami sebagai sebuah ilmu dan seni berbicara untuk menyampaikan ide, gagasan atau untuk mempersuasi orang lain, maka memilih bahan pembicaraan dalam konteks komunikasi antar persona juga menjadi hal yang sangat krusial. Sementara itu, pembicaraan dalam konteks *public speaking* umumnya sudah akan dipandu oleh tema besar yang menjadi tema keseluruhan acara. Sehingga seorang pembicara hanya perlu menentukan subtema untuk pembicaraannya yang sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki.

Pada dasarnya banyak hal yang bisa menjadi bahan pembicaraan. Prof. Wayne Thompson (dalam Rakhmat, 2000: 20) menyusun sistematika sumber topik sebagai berikut:

- Pengalaman pribadi/ orang lain
  - Perjalanan
  - Tempat yang pernah dikunjungi
  - Kelompok anda
  - Wawancara dengan tokoh
  - Kejadian luar biasa
  - Peristiwa lucu
  - Kelakukan atau adat yang aneh
- Hobi dan keterampilan
  - Cara melakukan sesuatu
  - Cara bekerja sesuatu
  - Peraturan dan tata cara

- Pengalaman pekerjaan/ profesi
  - Pekerjaan tambahan
  - Profesi keluarga
- Pelajaran sekolah/ kuliah
  - Hasil-hasil penelitian
  - Hal-hal yang perlu diteliti lebih lanjut
- Pendapat pribadi
  - Kritikan pada permainan, film, buku, puisi, pidato, atau siaran radio dan televisi
  - Hasil pengamatan pribadi
- Peristiwa hangat dan pembicaraan publik
  - Berita halaman muka surat kabar
  - Topik tajuk rencana
  - Artikel pada kolom yang lain
  - Berita radio dan televisi
  - Topik surat kabar daerah
  - Berita dan tajuk surat kabar kampus
  - Percakapan di antara mahasiswa
  - Kuliah
  - Penemuan mutakhir
  - Peristiwa yang bakal terjadi
- Masalah abadi
  - Agama
  - Pendidikan
  - Soal masyarakat yang belum selesai
  - Problem abadi
- Kilasan biografi
  - Orang-orang terkenal
- Kejadian Khusus
  - Perayaan atau peringatan
  - Peristiwa yang erat kaitannya dengan peringatan
- 10. Minat Khalayak
  - Pekerjaan
  - Hobby
  - Rumah tangga
  - Pengembangan diri
  - Kesehatan dan penampilan

## RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian

Tambahan ilmu

Minat khusus

Lain-lain.

Dengan berpedoman pada sistematika sumber topik di atas, nampak bahwa sesungguhnya seorang pembicara dapat memilih beragam topik mulai dari yang dekat dengan keseharian, pengalaman, atau kehidupan pribadinya hingga ke masalah-masalah yang terkait dengan khalayak yang lebih luas. Dapat dikatakan bahwa sesungguhnya apapun bisa menjadi bahan pembicara sepanjang kita mampu mengkaitkannya dengan konteks acara dan keahlian yang kita miliki. Kemampuan kita memilih sumber dan topik pembicaraan sangat tergantung pada jumlah buku yang telah dibaca, pengalaman yang dimiliki, kekuatan imajinasi serta kemampuan mengidentifikasi permasalahan. Oleh karena itu seorang pembicara yang baik dia juga harus mau banyak membaca, mendengar, dan mengalami topik yang disampaikannya. Agar dia bisa menjiwai materinya sehingga lebih mudah di dalam penyampaian.

Meskipun semua hal bisa menjadi bahan atau materi bagi aktivitas retorika atau *public speaking*, seorang pembicara hendaklah melakukan seleksi atas topik materi yang dipilihnya. Topik terbaik yang seharusnya dipilih adalah topik yang paling diminati dan dikuasai oleh pembicara. Untuk mengetahui apakah topik yang dipilih sudah tepat, terdapat beberapa indikator yang bisa dijadikan rujukan (Rakhmat, 2000:21):

### 1. Topik harus sesuai dengan latar belakang pengetahuan anda.

Topik yang baik adalah topik yang memungkinkan kita sebagai pembicara nampak lebih “ahli” dibandingkan pendengar. Jangan berbicara tentang hama tanaman di depan para petani jika anda tidak memiliki ilmu tentang topik tersebut. Sebaliknya anda bisa saja memilih topik tentang sejarah retorika di depan para professor fisika. Penting diingat sekali lagi bahwa pengetahuan berbeda dengan pendidikan. Bisa saja seseorang berlatarbelakang pendidikan Ilmu Fisika namun karena disamping menjadi guru Fisika dia juga menjalankan bisnis pengelolaan sampah daur ulang, maka dia bisa tetap menjadi seorang ahli dalam bidang pengelolaan sampah. Memilih topik pembicaraan yang sesuai dengan latar belakang pengetahuan kita juga akan membuat kita memiliki kemampuan lebih untuk mengembangkan bahasan dan

memiliki kepercayaan lebih tinggi ketika harus memasuki sesi pertanyaan yang kadang menjadi sesi yang berat dihadapi bagi sebagian orang. Selain itu, semakin kita menguasai topik maka semakin tinggi kepercayaan diri kita.

2. Topik harus menarik minat anda.

Topik yang enak dibicarakan tentu saja topik kita sukai. Bagaimana kita sebagai seorang pembicara bisa membuat orang lain (pendengar) tertarik pada pembicaraan jika kita sendiri sesungguhnya tidak tertarik pada apa yang kita bicarakan. Jika kita mendapatkan tugas untuk membahas atau mempresentasikan sebuah topik yang tidak kita minati, maka kita bisa mencoba untuk memilih sudut pandang/ perspektif yang berbeda dan relevan dengan bidang yang kita minati. Misal ketika kita diminta berbicara dengan tema pemilu tapi kita sesungguhnya bukanlah peminat permasalahan dan kontestasi politik, maka kita bisa ambil sisi *human interest* di seputar pemilu, misal dukungan keluarga bagi keberhasilan kandidat dalam sebuah pemilihan kepala daerah, atau jika kita menyukai bisnis kita bisa memilih sisi ekonomi dengan membahas peluang bisnis yang hadir di sekitar peristiwa pemilu.

3. Topik harus menarik minat pendengar

Meskipun kita harus memilih topik yang kita sukai jangan lupa bahwa kita berbicara untuk pendengar. Jadi pilihlah topik yang juga menarik minat pendengar. Pada umumnya, pendengar tertarik pada hal-hal yang menyentuh emosi, mengandung unsur suspense, konflik, kontroversi, human interest, humor atau hal-hal yang secara langsung bermanfaat bagi mereka. Misal ketika kita diminta berbicara dengan tema seputar pemilu, kita tidak berminat dalam masalah politik tetapi lebih berminat pada masalah ekonomi bisnis sementara pendengar adalah para politisi, maka kita bisa memilih topik Perhitungan *Cost & Benefit* sebuah Program Kampanye Politik. Tema tersebut menarik minat pembicara sekaligus juga dibutuhkan oleh para peserta.

4. Topik harus sesuai dengan pengetahuan pendengar

Sebaik apapun topik yang anda pilih jika tidak dipahami oleh pendengar anda hanya akan menjadi kesia-siaan belaka. Topik yang tidak sesuai dengan pengetahuan pendengar di samping akan membingungkan juga

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

akan membuat pendengar enggan untuk memperhatikan. Oleh karena itu, informasi awal tentang karakteristik pendengar menjadi sangat penting untuk kita dapatkan lebih dahulu. Siapa pendengar kita, bagaimana tingkat pendidikan mereka, apa profesi mereka, apa bidang keahlian mereka. Semua informasi itu akan membantu kita menempatkan diri sekaligus memilih materi yang sesuai. Memilih topik yang sederhana atau bersifat *general* mungkin akan tepat bagi peserta umum dengan karakteristik beragam dan jumlah yang besar. Tetapi ketika kita berada dalam sebuah forum dengan peserta yang spesifik maka kita pun harus memilih topik yang lebih spesifik. Dalam konteks ini, retorika juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk membuat sesuatu yang rumit menjadi mudah dipahami.

Topik harus terang ruang lingkup dan pembatasannya

Salah satu ujian bagi seorang pembicara adalah ketika dia harus disiplin untuk tetap fokus pada topik yang telah ditentukan di awal pembicaraan. Dalam berbagai peristiwa di lapangan, kerap ditemui sejumlah pembicara yang membawakan materi dengan tema yang sangat banyak sementara waktu yang disediakan terbatas. Sehingga yang terjadi, pembicara tersebut seolah-olah berbicara meloncat-loncat dari satu topik ke topik lain, terburu-buru menyelesaikan semuanya, tetapi di akhir pembicaraan atau presentasi, peserta justru kesulitan menyimpulkan apa sesungguhnya yang ingin disampaikan oleh pembicara tersebut. Kondisi demikian umumnya terjadi pada tiga tipe pembicara, yaitu:

- Pembicara yang merasa sudah sangat terbiasa sehingga tampil serta merta tanpa persiapan apapun termasuk sekedar menyiapkan poin-poin materi yang akan disampaikan. Akibatnya apapun gagasan yang terpikirkan atau yang muncul di kepala maka itulah yang disampaikan.
- Pembicara yang ingin tampak sempurna sehingga untuk 1-2 jam pembicaraan dia menyediakan dan menyiapkan materi yang sangat banyak seolah semua yang diketahui ingin ditumpahkan semua.
- Pembicara pemula yang masih khawatir dia akan kehabisan bahan pembicaraan sehingga memasukkan banyak sekali pokok pikiran ke dalam topik pembicaraannya.

Oleh karena itu untuk mendapatkan topik yang baik, pembicara harus disiplin di dalam memberikan batasan ruang lingkup pembicaraannya sehingga tidak menjadi “ngawur” dan melenceng kemana-mana.

6. Topik harus sesuai dengan waktu dan situasi

Topik yang dipilih tentu saja juga harus sesuai dengan konteks acaranya, dengan waktu, dan situasi yang ada. Topik pembicaraan pada sebuah acara ilmiah sudah pasti berbeda dengan topik pada acara atau pertemuan keluarga atau jamuan makan lainnya. Demikian juga ketika waktu yang tersedia tidak terlalu lama maka topik yang dipilih hendaknya tidak terlalu rumit dan membutuhkan penjelasan yang panjang lebar. Maka sejak awal, konfirmasikan dengan penyelenggara acara, dengan pengundang, dengan panitia, berapa lama waktu yang disediakan dan materi apa yang ingin ditekankan untuk dibahas. Retorika sesungguhnya adalah juga ilmu dan seni untuk menyampaikan 2 menit ide menjadi 2 jam *public speaking*. Maka, topik sesungguhnya hanya terdiri dari satu atau dua kalimat, pembicara yang membuatnya menjadi sebuah materi yang panjang dan lebar. Pembicara juga yang seharusnya mampu menilai apakah topik yang diambil perlu penjelasan 2 jam atau 2 hari atau cukup 20 menit saja.

7. Topik harus dapat ditunjang dengan bahan lainnya

Sebagus apapun topik yang kita pilih tetapi bahan penunjangnya sukar diperoleh pada akhirnya akan membuat penampilan kita tidak maksimal. Oleh karena itu, untuk mendapatkan topik yang baik, ada baiknya jika kita memilihnya sesuai bidang keahlian yang kita miliki dan latar belakang pengalaman yang kita miliki sehingga kita mudah mendapatkan data bukti pendukungnya. Atau setidaknya, kita memiliki akses terhadap sumber-sumber informasi terkait dengan topik yang kita pilih. Misal kita ingin berbicara tentang penanganan kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak oleh kepolisian. Kita bukan seorang polisi dan juga bukan korban sehingga kita tidak punya keahlian maupun pengalaman dalam permasalahan tersebut. Namun kita memiliki akses ke pusat penanganan kekerasan berbasis gender dan anak di kepolisian tersebut, maka meskipun kita tidak terlibat langsung, topik tersebut masih bisa kita pilih karena kita masih bisa mendapatkan bahan penunjang lainnya dengan mudah.

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

Untuk memilih topik yang baik kita juga harus mempertimbangkan tujuan dari kegiatan retorika kita. Apakah pembicaraan kita hanya untuk sekedar menyampaikan informasi (*to inform*) atau juga ingin membuat pendengar mendukung, menyetujui, mengikuti sikap kita (*to persuade*) atau kita ingin membuat pendengar bahkan melakukan apa yang kita minta? Ketika tujuan kita menghibur (*to entertain*) tentu saja kita tidak bisa memilih topik-topik tentang tingginya tingkat kemiskinan atau kriminalitas yang ada. Tetapi kita bisa memilih topik tersebut ketika kita ingin mempengaruhi orang lain untuk lebih waspada dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

## Mengembangkan Bahasan

Setelah anda memiliki topik maka tahap berikutnya adalah mengembangkan topik tersebut menjadi bahan pembicaraan yang lengkap. Menyusun bahan pembicaraan bukanlah pekerjaan yang bisa dikerjakan dengan asal-asalan. Terkadang kita mendengar pembicaraan atau pidato yang panjang tetapi monoton, tidak menarik, tidak runtut, sehingga tidak jelas pula apa yang dibicarakannya. Carnegie (1905:5) menyatakan bahwa *"Monotony is poverty, whether in speech or in life."* Hal demikian sejalan dengan pendapat Herbert Spencer (dalam Rakhmat, 2000: 31), "Kalau pengetahuan orang itu tidak teratur, maka semakin banyak pengetahuan yang dimilikinya, makin besar pula kekacauan pikirannya."

Untuk dapat mengatur materi pembicaraan dengan baik langkah pertama yang bisa dilakukan adalah menentukan tujuan pidato atau pembicaraan kita. Mengapa tujuan terlebih dahulu? Karena setiap tujuan akan memerlukan data bukti dan metode yang berbeda.

Tujuan pidato bisa dipilah berdasarkan hasil yang diharapkan sebagai berikut:

Menginformasikan/ menginspirasi (informatif)

Pidato informatif ditujukan untuk menambah pengetahuan pendengar. Dalam pidato jenis ini bahan pembicaraan hendaknya disusun secara rinci, jelas, dan lengkap. Umumnya dengan menggunakan bahasa yang cenderung formal, dengan struktur naratif deskriptif.

Membujuk (persuasif)

Ditujukan agar pendengar mempercayai sesuatu yang tergerak untuk melakukan sesuatu sebagaimana yang diminta atau diharapkan oleh pembicara. Pada pidato jenis ini bahan pembicaraan umumnya dilengkapi dengan fakta-fakta dan atau bukti-bukti yang mendukung sehingga dapat lebih meyakinkan pendengarnya.

Menghibur (rekreatif).

Jenis pidato rekreatif ini merupakan jenis pidato yang paling sulit dan paling cepat diketahui hasilnya. Pidato rekreatif ini biasanya

## **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

berisi humor yang menuntut kreativitas dan keahlian khusus dari pembicaranya sehingga apa yang disampaikan memang bisa menarik dan menghibur bagi pendengarnya.

Setelah menentukan tema, topik dan tujuan retorika atau *public speaking* yang akan dilakukan maka tahap berikutnya adalah mengembangkannya menjadi naskah lengkap. Di dalam mengembangkan bahasan, ilmu dan seni retorika yang dimiliki seorang pembicara akan membedakannya dengan pembicara lainnya. Sir Joshua Reynolds dalam (Harris, tanpa tahun: 2) mengatakan bahwa, "*Style in painting is the same as in writing, a power over materials, whether words or colors, by which conceptions or sentiments are conveyed.*" Untuk membantu mengarahkan agar pengembangan bahasan bisa terstruktur lebih baik dengan alur berpikir yang runtut maka membuat garis besar bisa menjadi satu keharusan yang tidak boleh ditinggalkan. Garis besar adalah pelengkap bagi pembicara berpengalaman dan keharusan bagi pembicara pemula. Garis besar dapat diibaratkan sebagai peta bagi jalannya pembicaraan.

Ketika seorang pembicara akan menyusun garis besar maka sebelumnya dia harus sudah punya gambaran seperti apa kegiatan *public speaking* yang akan dan ingin dijalankan. Garis besar yang baik akan memuat minimal tiga bagian penting, yaitu pendahuluan, isi, dan penutup. Masing-masing bagian memuat poin-poin yang akan diuraikan dan dilaksanakan pada tahap penyampaian. Oleh karena itu menyusun garis besar sambil membayangkan penyampaian yang diinginkan akan membuat pembicara lebih mudah di dalam melakukan sinkronisasinya nanti. Misal pada bagian pendahuluan, pembicara ingin menarik perhatian lebih cepat dari pendengar, maka ketika membuat garis besar pembicara sudah harus menuliskan rencana ide apa yang akan disampaikan dan dilakukan pada bagian tersebut. Garis besar yang baik juga harus menggunakan lambang atau penomoran yang jelas untuk setiap bagiannya sehingga tidak akan membingungkan pembicara ketika melakukan pengembangan bahasan.

### **Macam-Macam Garis Besar**

Alan H. Monroe (dalam Rakhmat, 2000:43) mengemukakan tiga macam garis besar:

1. Garis besar lengkap.

Umumnya digunakan oleh pembicara pemula. Pikiran-pikiran uta-

ma disajikan dalam kalimat-kalimat lengkap disertai dengan bahan-bahan yang digunakan untuk memperjelas uraian. Jadi pada setiap bagian (pendahuluan, isi dan penutup), pembicara akan menuliskan pikiran-pikiran utamanya secara lengkap sekaligus ditambah dengan bahan-bahan pendukung materinya. Sebagai contoh, pada bagian isi sebuah pidato tentang pencegahan kekerasan terhadap anak. Pembicara akan menuliskan poin-poin pokok pikirannya sebagai berikut:

- Pentingnya upaya pencegahan kekerasan terhadap anak (Data dan Fakta kasus kekerasan anak di Indonesia tiga tahun terakhir)
- Faktor-faktor penyebab terjadinya kekerasan terhadap anak (faktor lingkungan, dan keluarga)
- Bentuk-bentuk upaya pencegahan kekerasan terhadap anak (oleh pemerintah, oleh masyarakat, oleh keluarga) dan seterusnya.

Dengan membuat garis besar seperti itu, maka ketika mengembangkan bahasan, pembicara sudah paham apa saja yang akan ditulisnya serta data apa saja yang dia butuhkan untuk membantu penjelasannya.

## 2. Garis besar singkat.

Diperlukan hanya sebagai pedoman atau pengingat saja; digunakan oleh pembicara ahli. Bagi seorang pembicara yang telah memiliki jam terbang tinggi dan memang berbicara sesuai bidang keahliannya maka naskah lengkap kadang sudah tidak dibutuhkan lagi. Dia hanya perlu membuat poin-poin saja dari hal-hal yang akan disampaikan selain sebagai pedoman juga untuk menjaga agar pembicaraan tidak melebar dan fokus pada topik yang ditetapkan. Contoh garis besar singkat untuk tema yang sama pada bagian isi:

Urgensi pencegahan kekerasan pada anak  
Faktor penyebab kekerasan pada anak  
Bentuk-bentuk upaya pencegahan

Perlu diingat bahwa, sebaiknya seorang pembicara memberikan batasan lingkup yang jelas pada setiap pembicaraannya. Jangan terlalu banyak ide/ gagasan atau pokok pikiran yang ingin disajikan tetapi perbanyaklah penjelasan di dalam

## RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian

pengembangannya. Sesuaikan dengan waktu yang tersedia.

Garis besar alur teknis.

Pada jenis ini, pembicara tidak hanya menuliskan pokok pikiran utama beserta data pendukungnya namun dituliskan pula teknik-teknik penyampaian yang direncanakannya, seperti: gaya bahasa, cara penyajian fakta, daya tarik motif, dsb. Garis besar alur teknis dapat ditulis sejajar dengan garis besar lengkap. Berikut contoh garis besar alur teknis:

### I. Pendahuluan

A. Perkenalan – pemutaran slide perkenalan

B. Salam pembuka – pantun

C. Pengantar materi – pemutaran video berita kasus kekerasan pada anak

### III. Isi

A. Urgensi pencegahan kekerasan pada anak – cerita *human interest* dampak kasus kekerasan pada anak

B. Faktor penyebab kekerasan pada anak – penjelasan tokoh, definisi, contoh

C. Bentuk-bentuk upaya pencegahan – simulasi lagu, demo, paparan

### III. Penutup

A. Simpulan – tayangan slide

B. Ajakan untuk melindungi anak dari kekerasan – pemutaran video

Dalam menyusun isi pidato/ naskah upayakan untuk membuatnya dalam poin-poin sesingkat dan sebagus mungkin. Namun, bagi pembicara pemula ada baiknya untuk membuat naskah lengkap sebagus mungkin. *“Good writing depends upon more than making a collection of statements worthy of belief, because writing is intended to be read by others, with minds different from your own”* (Harris: 2). Di dalam menulis naskah yang baik seorang pembicara harus ingat bahwa dia menulis dan berbicara untuk membuat orang lain percaya dan bahwa pembicaraan itu ditujukan kepada beragam orang dengan pemikiran yang berbeda dengan dirinya.

Untuk dapat menyusun naskah dengan baik, maka ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan:

**Kesatuan** (*unity*).

*“Stick to the point or subject; do not digress and bring in irrelevant matter. If the essay has any special purpose, point of view, mood, tone or feeling, keep to it throughout.”* Komposisi yang baik harus merupakan kesatuan *isi, tujuan, dan sifat*. Dalam isi harus ada gagasan tunggal yang mendominasi seluruh uraian. Gagasan tersebut akan mempengaruhi pemilihan bahan atau referensi. Komposisi juga harus memiliki satu tujuan, apakah menginformasikan, mempersuasi atau menghibur. Dalam pidato informatif atau persuasif seorang pembicara boleh saja menggunakan humor sepanjang humor tersebut dapat menambah daya informatif atau persuasif pidatonya. Tetapi jika tidak ada relevansinya lebih baik dibuang saja. Kesatuan juga harus nampak dalam sifat pembicaraan. Sifat pembicaraan tersebut mungkin saja serius, informal, formal, anggun, atau santai. Jika salah satu sifat sudah dipilih maka pemilihan materi, kata-kata, tujuan juga harus disesuaikan. Kurangnya kesatuan akan menyebabkan pembicaraan menjadi ngawur, meloncat-loncat, tidak jelas, dan tentu saja akan membingungkan pendengar.

#### **Pertautan** (*coherence*).

Pertautan menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan satu sama lain. Pertautan menyebabkan perpindahan dari pokok pembicaraan satu ke pokok pembicaraan yang lain berjalan lancar. Untuk menciptakan pertautan dapat digunakan *ungkapan penyambung*, yaitu kata-kata yang biasa digunakan untuk merangkai bagian-bagian atau kalimat. Misalnya, karena itu, walaupun, jadi, sebaliknya, dsb. Berikutnya, pertautan juga dapat dijaga dengan penggunaan *parallelisme*, yaitu mensejajarkan struktur kalimat yang sejenis dengan ungkapan yang sama untuk setiap pokok pembicaraan. Contoh: tokoh masyarakat umumnya *berpendidikan lebih tinggi*, memiliki *pengetahuan lebih banyak* dan memiliki *status lebih terhormat* dari anggota masyarakat lainnya. Cara ketiga yang dapat digunakan untuk memelihara pertautan adalah dengan menggunakan *gema*, yaitu mengulang kalimat terdahulu dengan kata-kata yang berbeda.

#### **Penekanan** (*emphasis*).

Memberikan tanda, isyarat, atau kalimat yang menunjukkan penekanan/ titik berat. Penekanan biasanya diberikan pada saat

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

menyampaikan gagasan utama, pokok pikiran, perbedaan, dan hal lain yang dianggap penting diperhatikan. Dalam bahasa lisan, penekanan bisa dilakukan melalui pengucapan atau intonasi yang berbeda, sedangkan dalam tulisan penekanan bisa dilakukan dengan menggunakan teknik penulisan yang berbeda, misalnya dengan menggunakan garis bawah, cetak tebal, atau cetak miring. Penekanan juga bisa dilakukan dengan menggunakan kata-kata langsung seperti “akhirnya, poin yang terpenting adalah, kesimpulannya adalah, dan sebagainya.”

Setelah memahami prinsip penyusunan naskah atau bahan pembicaraan barulah materi bisa dikembangkan. Untuk menghindari alur berpikir yang tidak jelas maka bahan pembicaraan bisa diorganisasikan dengan menggunakan urutan sebagai berikut:

#### **Deduktif dan Induktif**

Urutan deduktif dimulai dengan menyatakan gagasan utama terlebih dahulu diikuti dengan penjelasan penunjang, penyimpulan dan bukti. Sebagai contoh, ketika seorang pembicara memilih tema Urgensi Pencegahan Kekerasan pada Anak, maka dia bisa memulai dengan menyampaikan ide utamanya terlebih dahulu, yaitu bahwa setiap orang harus peduli dan melakukan pencegahan kekerasan terhadap anak kemudian diikuti dengan uraian penjelasan-penjelasan mengapa hal tersebut penting dilakukan, misal dengan menguraikan dampak-dampak kekerasan pada anak secara fisik maupun mental. Sebaliknya dalam urutan induktif paparan dimulai dengan perincian-perincian dan kemudian menarik kesimpulan. Sebagai contoh, pembicara akan menguraikan terlebih dahulu data dan fakta tentang tingginya tingkat kekerasan pada anak di Indonesia, faktor-faktor penyebabnya dan kemudian mengakhirinya dengan menekankan pada ajakan untuk bersama-sama peduli dan melakukan pencegahan kekerasan pada anak.

#### **Kronologis**

Pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa. Misalnya pembicaraan tentang wabah flu burung. Maka bisa dijelaskan mulai fase kesatu hingga fase kelima. Atau ketika menjelaskan

tentang Kiat Sukses Belajar di Perguruan Tinggi, maka seorang pembicara bisa memulai uraiannya dengan menjelaskan proses kuliah di perguruan tinggi mulai dari semester pertama hingga penyelesaian tugas akhir.

### **Logis**

Pesan disusun dengan urutan sebab-akibat atau akibat-sebab. Penjelasan yang mengikuti alur berpikir akibat sebab misalnya ketika seorang pembicara memaparkan tentang berbagai penyakit yang diderita oleh perokok baru kemudian menjelaskan perilaku merokok sebagai penyebabnya. Dalam hal ini, pembicara berusaha untuk menjelaskan permasalahan secara logis yang membuat pendengar kemudian paham dan percaya.

### **Spasial**

Pesan disusun berdasarkan tempat. Misalnya anda ingin membicarakan tentang suasana dan lingkungan kampus. Maka bisa dimulai dari pembicaraan tentang universitas secara keseluruhan, fakultas, hingga jurusan atau sebaliknya. Atau berbicara tentang dampak globalisasi yang dimulai dengan menguraikan dampaknya mulai dari lingkungan terdekat hingga dunia.

### **Topikal**

Disusun berdasarkan topik, dengan urutan penjelasan dari hal yang sederhana secara bertahap mengarah ke hal yang lebih rumit, dari uraian tentang sesuatu yang dikenal hingga permasalahan yang asing. Bicara tentang retorika bisa dimulai dari pembahasan tentang kebiasaan berbicara yang dialami sehari-hari hingga bagaimana melakukan lobby atau perdebatan di gedung dewan. Berbicara tentang perkembangan media baru dimulai dari kehadiran teknologi internet hingga penjelasan tentang era disrupsi dan lain sebagainya.

Di samping mengetahui tata urutan penyusunan bahan pembicaraan, seorang pembicara juga harus mengetahui teknik pengembangan bahasanya. Termasuk dalam hal ini adalah mencari dan menyusun kalimat-kalimat yang dapat menunjang topik atau pikiran utama kita. Pada tahap ini, seorang pembicara betul-betul harus membekali diri dengan wawasan dan

### ***RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian***

pengetahuan yang luas. Selain menguasai logika, menguasai bahasa dan sastra, dia juga harus menguasai pengetahuan umum, statistik, hingga berbagai kutipan dan *joke* yang relevan. Penguasaan atas alat-alat pendukung penjelasan ini akan menentukan juga kemampuan seorang pembicara untuk fleksibel dengan waktu yang dia miliki untuk berbicara. Ketika waktu yang tersedia banyak dia bisa uraikan secara lebih detail sementara ketika waktu berkurang dia juga hanya perlu mengurangi keterangan-keterangan pendukungnya saja. Sehingga substansi pokok-pokok pikiran utama tetap dapat disampaikan secara utuh sesuai waktu yang tersedia. Keterangan penunjang dapat berguna untuk memperjelas uraian, memperkuat kesan, menambah daya tarik, dan mempermudah pengertian.

Mengutip pendapatnya AR. Shahab, Jalaluddin Rakhmat (2000:27) mengemukakan beberapa teknik pengembangan bahasan sebagai berikut:

#### **Penjelasan**

Keterangan penunjang berupa penjelasan terutama banyak digunakan dalam pidato informatif dengan tujuan agar pembicaraan dapat lebih mudah dipahami oleh pendengar. Penjelasan dapat dilakukan dengan menggunakan definisi atau alat-alat bantu lainnya. Definisi sendiri mencakup beragam tipe, yaitu definisi etimologis, definisi ahli, definisi contoh, definisi penolakan. Definisi etimologis adalah pemberian penjelasan dengan menerangkan sebuah konsep berdasarkan asal katanya. Misalnya menjelaskan komunikasi berdasarkan asal katanya, yaitu *communis*. Definisi ahli adalah pemberian penjelasan dengan menggunakan pendapat ahli. Misalnya ketika menjelaskan definisi komunikasi dengan mengutip perkataan Harold Lasswell, itu sudah merupakan definisi ahli. Definisi contoh, misalnya dilakukan dengan menjelaskan berbagai bentuk aktivitas komunikasi yang dilakukan sehari-hari. Selanjutnya definisi penolakan dilakukan dengan memaparkan berbagai hal yang menjadi lawan atau bertentangan dengan konsep yang sedang dijelaskan. Misal dengan menjelaskan bahwa retorika bukan hanya sekedar ilmu silat lidah melainkan sebuah ilmu dan seni yang memberikan kemampuan kepada seseorang untuk menggunakan beragam alat yang tersedia untuk mempersuasi orang lain.

#### **Contoh**

Penggunaan contoh adalah salah satu cara yang tepat untuk mem-

bantu pendengar agar lebih mudah memahami pembicaraan. Contoh bisa dibuat dalam bentuk cerita yang rinci yang disebut sebagai ilustrasi. Ilustrasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu ilustrasi hipotesis & faktual. Ilustrasi hipotesis dilakukan dengan memberikan perumpamaan yang anda reka sendiri, sedangkan ilustrasi faktual dilakukan dengan memberikan atau memaparkan kisah yang didasari oleh peristiwa yang benar-benar terjadi. Misal, pembicara dapat memberikan ilustrasi hipotesis tentang tips sukses presentasi dengan menjelaskan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi di atas panggung jika seseorang tidak melakukan persiapan yang baik. Dan menceritakan salah satu pengalamannya sendiri ketika mengalami situasi demikian sebagai ilustrasi faktual.

### **Analogi**

Analogi adalah perbandingan antara dua hal atau lebih untuk menunjukkan persamaan & perbedaannya. Analogi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu analogi harfiah dan analogi kiasan. Analogi harfiah adalah perbandingan yang dilakukan di antara berbagai obyek dari kelompok yang sama. Misalnya membandingkan radio dengan televisi. Sementara analogi kiasan dilakukan dengan membandingkan antara dua obyek dari kelompok yang berbeda. Misalnya mengumpamakan amal baik yang ditanam seseorang sebagai benih yang akan terus tumbuh dan berkembang biak.

### **Testimoni**

Testimoni adalah pernyataan ahli atau orang lain yang dikutip untuk menunjang pembicaraan kita. Testimoni bisa diambil dari buku atau literature lain, dari hasil wawancara, atau pernyataan yang disampaikan pada saat pidato. Untuk memperoleh testimoni ini seorang pembicara bisa mendapatkannya melalui studi literatur dengan menambah banyak bacaan, melalui wawancara langsung atau dari pemberitaan di media massa. Oleh karena itu tidak berlebihan jika dikatakan bahwa untuk bisa berbicara banyak maka seorang pembicara juga harus mendengarkan lebih banyak.

### **Statistik**

Statistik adalah angka yang dipergunakan untuk menunjukkan per-

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

bandingan dalam kasus tertentu. Statistik dipergunakan dalam retorika untuk memberikan penjelasan tambahan, menimbulkan kesan yang kuat, memperjelas, dan meyakinkan. Perlu diperhatikan bahwa statistik yang baik untuk retorika berbeda dengan statistik dalam laporan penelitian. Statistik untuk retorika perlu diolah kembali sehingga lebih mudah dicerna. Sebagai contoh ketika seorang pembicara ingin menjelaskan betapa besar uang negara yang dikorupsi oleh seorang koruptor alih-alih mengatakan nilai 1 milyar misalnya, efek dramatis akan didapat jika dia mengatakan bahwa jumlah uang yang dikorupsi bisa digunakan untuk membayar gaji seribu orang lebih guru honorer di Indonesia.

#### **Perulangan**

Teknik lain yang bisa digunakan untuk mengembangkan bahasan adalah dengan menggunakan perulangan, yaitu menyebutkan gagasan yang sama dengan kata-kata yg berbeda. Misal pembicara yang menjelaskan tentang pentingnya memiliki kreativitas di dalam mengikuti perkembangan teknologi yang sangat cepat, di awal dia bisa mengatakan bahwa teknologi berkembang cepat sehingga hanya orang kreatif yang bisa sukses dalam situasi tersebut. Di bagian lain pembicaraan maka dia juga bisa mengatakan bahwa kreativitaslah yang akan membedakan orang sukses dengan orang biasa, membedakan *leader* dari *follower*.

Keenam teknik pengembangan bahasan di atas dapat digunakan secara bergantian dalam keseluruhan uraian. Diharapkan dengan menggunakan teknik-teknik tersebut bahan pembicaraan yang dikembangkan bisa lebih memiliki nilai komunikasi yang efektif untuk membuat pendengar paham dan mengikuti apa yang diharapkan.

Untuk bisa menyusun bahan pembicaraan yang efektif, satu hal yang tidak kalah pentingnya adalah pemilihan kata-kata. Pemilihan kata-kata yang tepat akan memberikan nilai lebih pada pembicaraan anda. Jalaluddin Rakhmat (2000: 47) memberikan beberapa panduan dalam memilih kata-kata:

#### **Jelas**

Kata-kata harus jelas berarti bahwa kata-kata yang dipilih tidak boleh menimbulkan arti ganda (ambigu) dan dapat mengungkapkan gaga-

san secara cermat. Untuk mencapai kejelasan tersebut maka ada beberapa hal yang bisa dijadikan panduan.

- a. Gunakan istilah yang spesifik (tertentu). Sering ditemui seorang pembicara menggunakan kata-kata yang terlalu umum sehingga mengundang tafsiran yang bermacam-macam. Sebaliknya ada pula kata-kata yang hanya memiliki makna tertentu.
- b. Gunakan kata-kata yang sederhana. Inti dari retorika adalah penyampaian pesan bukan unjuk gigi, sehingga semakin sederhana kata yang digunakan, semakin mudah dipahami, akan semakin baik pembicaraan kita.

Hindari istilah teknis.

Seiring dengan semakin kompleksnya permasalahan yang dihadapi maka spesialisasi bidang keilmuan maupun pekerjaan semakin tinggi. Masing-masing kelompok memiliki dan mengembangkan istilah-istilah teknis yang hanya dipahami oleh anggota kelompok tersebut. Bagi seorang pembicara khalayak yang dihadapi perlu menjadi perhatian. Jika berada dalam satu kelompok tertentu, penggunaan istilah teknis yang khas tentu tidak ada masalah. Tetapi jika khalayak yang dihadapi beragam, hindarilah penggunaan istilah teknis, karena mungkin sekali ada anggota khalayak yang tidak paham dengan istilah yang kita gunakan.

- d. Berhemat dalam menggunakan kata. Tingkat kerumitan sebuah kalimat untuk dipahami salah satunya dipengaruhi oleh jumlah kata yang membangun kalimat tersebut. Oleh karena itu, buatlah kalimat dengan susunan kata yang tidak terlalu panjang. Buang kata-kata yang tidak perlu.
- e. Gunakan perulangan atau pernyataan kembali gagasan utama dengan kata yang berbeda. Menyebutkan kembali gagasan utama dengan menggunakan kata yang sama secara berulang-ulang tentu saja akan membosankan pendengar untuk itu pilihlah kata-kata lain yang memiliki makna yang sama untuk mengatakannya.

### **Tepat**

Kata-kata yang tepat berarti kata-kata yang sesuai dengan kepribadian komunikator, jenis pesan, khalayak yang dihadapi, maupun situasi komunikasinya. Untuk bisa memilih kata-kata yang tepat maka ada beberapa pedoman yang bisa diikuti.

Hindari Kata-kata Klise

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

Kata-kata klise adalah kata-kata yang sudah terlalu sering diucapkan atau dipergunakan sehingga pendengar bahkan sudah bosan atau jenuh dengan kalimat-kalimat tersebut. Kata klise juga bisa berarti kata-kata yang sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman. Kata atau kalimat klise umumnya sering didengar dalam pidato politik seorang juru kampanye atau kandidat politik.

Gunakan bahasa pasaran secara hati-hati

Bahasa pasaran (*slang*) adalah bahasa yang digunakan dalam pergaulan sehari-hari. Misalnya, *bilang*, *ngomong*, *nggak*, *mager*, *pewe* dan sebagainya. Selama tidak berlebihan bahasa ini masih bisa dipergunakan untuk pembicaraan yang santai atau tidak resmi. Atau sebagai variasi untuk menghidupkan suasana.

Gunakan kata serapan secara hati-hati

Kata-kata asing sebaiknya dihindari jika tidak dapat ditemukan kata dalam Bahasa Indonesianya. Penggunaan kata asing bisa saja membuat penampilan anda nampak “luar biasa” tetapi tidak jarang penggunaan kata asing justru menimbulkan kebingungan pada pendengarnya. Oleh karena itu, jika akan menggunakan kata-kata asing sebaiknya pastikan terlebih dahulu kita memahami kata-kata tersebut sehingga kita dapat menjelaskannya dalam bahasa yang lebih sederhana dengan baik.

Hindari kata-kata vulgar dan tidak sopan

Kata-kata vulgar memang mudah menarik perhatian jika digunakan. Tetapi penggunaan kata-kata vulgar dan tidak sopan sebaiknya dihindari karena pendengar cenderung akan menganggap orang dengan kata-kata vulgar sebagai orang yang tidak sopan, tidak berpendidikan, dan cenderung menolak apa yang disampaikan.

Hindari penjulukan.

Penjulukan adalah pemberian nama panggilan yang umumnya jelek terhadap seseorang atau sekelompok orang. Penjulukan bisa menimbulkan respon emosional dan tentu saja akan menghambat penerimaan pesan. Terkadang ditemukan seorang pembicara yang memberikan penjulukan tanpa sengaja. Misal dengan tujuan untuk membangun keakraban atau menghidupkan suasana seorang pembicara memanggil ke depan seorang

pendengar dengan sebutan yang mengarah pada *body shaming*, sebagai contoh, “ya mbak yang meskipun duduk di belakang tapi kelihatan dari jauh karena duduk menghabiskan dua kursi, tolong maju ya....”.

Jangan gunakan eufemisme secara berlebihan.

Eufemisme ialah ungkapan pelembut yang biasanya digunakan untuk mengganti kata-kata yang terasa kurang enak agar tidak menyinggung perasaan orang lain. Namun, penggunaan eufemisme yang berlebihan beresiko dapat mengaburkan pengertian sehingga bisa mengakibatkan kesalahpahaman. Misal ketika seorang pembicara ingin mengatakan bahwa masih ada anak yang kelaparan di lingkungan tersebut, namun dia tidak enak dengan pemerintah setempat maka dia mengganti kelaparan dengan kata kurang gizi yang sesungguhnya memiliki makna yang berbeda.

### **Menarik**

Selain harus jelas dan tepat, kata juga harus memiliki daya tarik dan menimbulkan kesan yang kuat di benak khalayak. Untuk dapat memilih kata-kata yang menarik beberapa acuan berikut bisa dijadikan rujukan.

Menyentuh khalayak secara langsung

Bahasa lisan sebaiknya menggunakan gaya percakapan yang komunikatif. Kata sapaan seperti saudara, kita, anda akan lebih mendekatkan pendengar dengan pembicara. Gunakan juga peristilahan atau contoh-contoh yang dekat dengan kehidupan pendengar.

Gunakan kata berona

Kata berona (*colorfull word*) adalah kata yang dapat melukiskan sikap, perasaan, atau keadaan. Kata berwarna dapat membangkitkan asosiasi emosional. Sebagai contoh, kata menangis adalah kata yang belum memiliki warna, berbeda dengan terisak, tersedu-sedu, histeris, dsb.

Gunakan bahasa figuratif

Bahasa figuratif adalah bahasa yang dibentuk sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesan yang indah. Untuk itu biasanya dipergunakan gaya bahasa seperti asosiasi, metafora, personifikasi, dan antithesis atau sekedar membuat kalimat-kalimat yang berima dan berakhir dengan

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

huruf vokal yang sama.

Gunakan kata tindak

Kata-kata tindak adalah kata-kata aktif yang memotivasi penengar untuk melakukan sesuatu. Misalnya, kata mari, ayo, dsb. Kata tindak ini bisa juga digunakan untuk memberikan kesimpulan atau penekanan atas ide utama di akhir pembicaraan.

Secara keseluruhan, berbagai perangkat retorika yang dapat digunakan untuk mengembangkan bahasan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu:

1. Berbagai perangkat atau alat yang digunakan untuk memberikan penekanan (*emphasis*), perumpamaan (*association*), penjelasan (*clarification*), dan penajaman (*focus*);
2. Berbagai alat yang dapat digunakan untuk penyusunan bahan atau materi pembicara (*physical organization*), peralihan ide atau pokok pembicaraan (*transition*) dan penataan agar menjadi satu kesatuan yang kohern (*disposition* atau *arrangement*);
3. Kelompok perangkat retorika yang digunakan untuk memperindah pembicaraan (*decoration* dan *variety*). Misal dengan menambahkan gaya, kutipan, lagu, pantun, humor dan sebagainya.

## **Pendahuluan dan Penutup: Menarik Perhatian dan Membangun Kesan**

Setiap *public speaking* baik yang pendek maupun yang panjang, akan selalu terdiri dari tiga bagian yaitu, pendahuluan, isi dan penutup. Permasalahannya adalah seringkali ketika membuat persiapan seorang pembicara lebih banyak disibukkan dengan bagian isi sehingga lupa menyiapkan pendahuluan maupun bagian penutup. Bagian pendahuluan hanya dipandang sebagai masalah membuat judul dan menuliskan nama, serta mengucapkan salam pembuka. Sedangkan bagian penutup hanya diingat sebagai saatnya mengucap salam dan mungkin membuat kesimpulan.

Padahal lebih daripada itu bagian pendahuluan berguna untuk:

1. Menciptakan hubungan antara pembicara dengan pendengar. Seringkali dalam sebuah pertemuan besar, atau dalam kelas perkuliahan, dalam seminar, sebelum mulai materi peserta sibuk dalam dunianya sendiri-sendiri, bertegur sapa dengan teman-temannya, bisik-bisik dengan rekan sebelahnya, mengantuk atau sibuk membuka-buka gadgetnya, serta berbagai kesibukan lainnya. Tidak ada keterhubungan antara pembicara dengan pendengar. Oleh karena itu, pendahuluan yang baik akan menghadirkan hubungan antara pembicara dengan pendengar. Mengingatkan mereka bahwa mereka sedang berada dalam sebuah situasi *public speaking*.
2. Menyiapkan pendengar dan memberikan pengenalan tentang hal-hal yang disampaikan. Terkadang ada pendengar yang begitu bersemangat. Begitu selesai mengucap salam dan menyebutkan judul materinya, dia langsung masuk ke sesi materi *full of power*. Padahal dalam sebuah kelas besar khususnya, dibutuhkan waktu bagi pendengar untuk melakukan sinkronisasi fokus mereka. Setelah mereka ditarik dari dunia dan kesibukan masing-masing sesaat sebelum presentasi, mereka perlu bersiap untuk mendengarkan materi. Oleh karena itu, pembicara perlu

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

menyiapkan pendahuluan yang secara *smooth* akan mampu membawa fokus dan perhatian pendengar pada satu frekuensi yang sama untuk kemudian siap menerima materi-materi yang akan kita berikan. Demikian juga dalam retorika antar persona. Sebelum kita masuk pada topik utama pembicaraan, pendahuluan kita sebaiknya bisa membuat pendengar bersiap diri untuk mendengarkan inti pembicaraan kita yang sesungguhnya.

3. Menarik perhatian pendengar merupakan salah satu manfaat dari pendahuluan yang baik juga. Terkadang peserta belum kenal baik dengan pembicara, belum tahu sepenuhnya siapa yang berada di hadapannya. Jika pendahuluannya tidak disiapkan dengan baik maka seorang pembicara akan kehilangan kesempatan untuk meraih kesan pertama yang baik dari pendengar. Berbeda jika pendengar sudah kenal dengan pembicara dan reputasi pembicara sudah dikenal luar biasa. Maka tanpa perkenalan panjang lebar pun, peserta sudah tertarik pada pembicaranya.

Di sisi lain, kita juga sering sekali menemukan pembicaraan dengan penutup yang buruk. Penutup yang buruk terjadi ketika pembicara mengakhiri pembicaraannya secara tiba-tiba atau sebaliknya sangat berlarut-larut. Penutup berlarut-larut umumnya terjadi ketika pembicara bahkan tidak tahu kapan atau bagaimana menutup pembicaraannya sehingga setiap kali sampai di akhir pembicaraan dengan tujuan merangkum atau membuat kesimpulan atau membuat penegasan atas materi yang disampaikan, dia akan mengulang kembali poin-poin materi yang disampaikannya. Di sinilah pentingnya membuat persiapan yang baik termasuk menyusun penutup yang tidak sampai membuat pendengar kehilangan kesan baik terhadap pembicara.

#### **Membuat Pendahuluan**

Sekali lagi, perlu diingat bahwa pusat aktivitas kegiatan retorika adalah pendengar. Pendengar hanya butuh waktu 7 sampai 30 detik untuk memutuskan apakah seorang pembicara layak didengarkan atau tidak. Jika pendengar yang sudah membayar untuk hadir dalam sebuah seminar misalnya memutuskan untuk tidak mendengarkan pembicaraan, itu adalah hak dia sebagai pendengar karena dia yang bayar dan pembicara yang dibayar. Bukan sebaliknya, pembicara memaksa pendengar untuk

mendengarkan dirinya. Sama halnya ketika kita datang untuk bernegosiasi, untuk mengajukan permohonan bantuan, untuk mengajukan penawaran, untuk mengajak berkenalan dan sebagainya, lawan bicara dalam hal ini pendengar yang akan memutuskan apakah dia mau bernegosiasi dengan kita atau tidak, apakah dia mau mendengar permohonan kita atau tidak, mau mendengar penawaran kita atau tidak, mau diajak berkenalan atau tidak. Bukan kita yang bisa memaksa mereka mendengar dan memperhatikan kita. Oleh karena itu susunlah pendahuluan dengan baik dan kenali pendahuluan kata demi kata. Jangan sampai pembicaraan baru dimulai, kita sebagai pembicara sudah nampak tidak meyakinkan.

Pendahuluan berfungsi untuk menarik perhatian pendengar dan menjalin kontak dengan pendengar. Oleh karena itu, hindari kalimat-kalimat yang justru akan membuat kita tampak tidak kredibel sebagai pembicara di bagian pendahuluan. Misal, permohonan maaf karena saya sesungguhnya bukan pembicara sesungguhnya hanya menggantikan pembicara utama yang tidak hadir, atau memohon maaf dengan mengatakan bahwa, “saya sebenarnya belum siap dengan materi karena undangan yang mendadak”, atau memohon maaf karena saya mungkin banyak kekurangan dan kesalahan karena ini adalah penampilan saya yang pertama sebagai pembicara. Sebaliknya, bangun dan tunjukkan kesan bahwa kita adalah pembicara profesional yang siap memberikan yang terbaik untuk seluruh pendengar.

Gerald Green (2000: 60) memberikan lima cara menarik perhatian saat pendahuluan:

Memulai dengan kisah seputar kehidupan manusia (*human interest*)

Kisah *human interest* adalah kisah yang berhubungan dengan manusia, cinta, kasih sayang, keluarga, dan sebagainya. Secara teoritis, manusia adalah sosok *storyteller* (pencerita/pendongeng). Kemampuan bercerita ini yang membedakan manusia dengan makhluk ciptaan Tuhan lainnya. Selain sebagai pendongeng, manusia juga tentu saja gemar didongengi. Gemar diceritakan kisah-kisah. Sehingga tidak heran jika budaya tradisional menjadikan cerita rakyat, pantun, dan bahkan dongeng pengantar tidur sebagai cara dan metode penyampaian pesan yang efektif. Pada umumnya orang akan selalu menyukai kisah-kisah yang dekat dengan dirinya. Oleh karena itu, menjadikan cerita-cerita human interest yang membangun emosi (kinestetik) pendengar akan menjadi sebuah pendahuluan yang baik. Misal, sebelum kita memaparkan materi tentang Pentingnya Pendidikan Seksual pada Anak, kita awali

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

pendahuluan kita dengan menceritakan kisah sedih tentang kasus kekerasan seksual yang menimpa anak di wilayah sekitar yang dekat dengan pendengar. Bahwa peristiwa kekerasan seksual pada anak justru banyak terjadi dengan pelaku dari lingkungan keluarga terdekat anak. Dengan cara seperti itu, peserta akan terbangun minatnya dan kemudian siap untuk menerima materi yang akan kita berikan.

#### *Memulai dengan fakta yang mengentak.*

Sebuah angka statistik bisa menjadi pendukung fakta yang mengejutkan bagi pendengar, demikian juga dengan opini atau kejadian yang luar biasa. Namun yang harus diperhatikan adalah penggunaan angka statistik dalam konteks ini tentu saja adalah statistik retorika. Misal, kita memiliki data bahwa jumlah kekerasan pada anak di tahun 2018 adalah 112 anak, jumlah tersebut meningkat dari tahun sebelumnya sebanyak 56 anak. Alih-alih menyebutkan angka tersebut, akan lebih mengentak jika kita menyebutkan bahwa telah terjadi peningkatan jumlah kekerasan pada anak sebanyak dua kali lipat dari tahun sebelumnya, atau 100% dibanding tahun sebelumnya. Atau daripada menyebutkan 191 juta jiwa dari 252 juta jiwa penduduk Indonesia sebagai pengguna internet, lebih mudah ditangkap jika kita menyebutnya lebih dari 70% atau hampir 80% dari penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Ini sering disebut sebagai *the shock technique*.

#### *Melontarkan sebuah atau serangkaian pertanyaan.*

Mendapat pertanyaan dalam konteks *public speaking* seringkali menjadi satu hal yang dihindari baik oleh pembicara maupun peserta. Pertanyaan mengharuskan kita untuk kemudian mencari jawaban. Tetapi jika digunakan dengan tepat sebagai bagian dari pendahuluan, lontaran pertanyaan bisa menjadi sebuah kunci untuk menarik perhatian peserta dengan efektif. Pertanyaan yang baik adalah pertanyaan yang mendorong seseorang untuk memikirkan jawabannya, sehingga mereka akan tertarik untuk mengetahui dan mendengarkan pembicaraan selanjutnya. Misal, “Adik-adik mahasiswa, siapa di antara kalian yang ingin tahu rahasia lulus kuliah dalam waktu singkat dan mendapat pekerjaan dengan cepat?” Ketika lontaran pertanyaan itu diajukan pada sebuah sesi seminar pengembangan karir di depan para mahasiswa tentu pertanyaan itu akan menarik minat peserta untuk mengetahui jawabannya. Maka setelah

peserta menjawab, umumnya jawaban mereka adalah “saya!” maka lanjutkan kalimat kita dengan menyebutkan materi yang akan kita berikan dan itu merupakan jawaban atas pertanyaan sebelumnya. Selain cara demikian, rentetan pertanyaan juga umumnya akan membuat perhatian pendengar terfokus pada pembicara karena kekhawatiran jika mereka ditunjuk untuk menjawab pertanyaan yang diajukan tersebut. Misal, dalam acara sosialisasi program asuransi jiwa di hadapan para penguasa, kita bisa melontarkan pertanyaan, “siapa yang hadir di sini yang memiliki asuransi kendaraan?” –mungkin akan ada banyak peserta yang mengacungkan jari mereka. Lanjutkan dengan pertanyaan berikut, “siapa yang memiliki asuransi rumah?” –masih akan banyak yang tunjuk jari, lanjutkan dengan pertanyaan siapa yang memiliki asuransi pendidikan, kesehatan, hingga asuransi jiwa. Umumnya jumlah jari yang diangkat akan semakin sedikit. Di situlah kita masuk, bahwa mobil bisa kita miliki lebih dari satu. Ketika hilang kita bisa beli baru. Tapi kita pilih mengasuransikannya. Begitupun dengan rumah. Tapi mengapa jiwa yang cuma satu kita miliki dan ketika hilang tidak bisa kita dapatkan gantinya justru tidak kita asuransikan. Pada saat pendengar menemukan fakta kebenaran yang kita arahkan tersebut, masuklah kita pada sesi materi yaitu sosialisasi asuransi jiwa, tentu peserta sudah lebih siap dan tertarik untuk mendengarkan.

*Memulai dengan kutipan.*

Gunakan kutipan dari ayat-ayat suci, pidato terkenal, puisi, lagu, atau kata-kata yang sering diucapkan oleh pejabat atau *public figure* dalam pendahuluan anda. Kita bisa memilih melantunkan satu kalimat dari sebuah lirik lagu yang relevan dengan tema pembicaraan kita. Kita bisa memilih *quotes* yang tepat sebagai pemantik emosi dan perhatian pendengar terhadap pentingnya materi kita. Misal kita bisa berkata di hadapan para wirausaha muda bahwa “perbedaan terbesar antara seorang *leader* dan seorang *follower* ada pada inovasi. Seorang *follower* tanpa inovasi akan selalu ada di belakang. Oleh karena itu, jika ingin sukses maka berinovasilah dan jadilah *leader*.” Oleh karena itu, sebagai pembicara kita juga harus memperkaya diri dengan berbagai kutipan terkenal sebagai pendukung materi kita, bukan hanya menguatkan pengetahuan yang secara langsung terkait dengan materi inti saja.

## **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

*Memulai dengan kisah lucu.*

Cara terbaik untuk menarik perhatian adalah dengan menyampaikan kisah lucu. Jika seorang pembicara berhasil melakukannya maka dia akan memperoleh kesan yang mendalam. Namun seorang pembicara perlu berhati-hati dalam menyampaikan kisah lucu, dia harus yakin betul bahwa dirinya adalah orang yang humoris, jika tidak dia bukan akan membuat orang lain tertawa karena cerita yang seharusnya lucu tersebut melainkan mungkin akan membuat dia sendiri ditertawakan karena ketidakmampuannya menyampaikan sebuah cerita lucu.

Di samping lima teknik membuat pendahuluan yang dikemukakan oleh Green di atas, Jalaluddin Rakhmat (2000: 52) juga memberikan teknik pembuatan pendahuluan yang lebih rinci, di antaranya:

1. Langsung menyebutkan pokok masalahnya
2. Melukiskan latar belakang masalah
3. Menghubungkan dengan peristiwa mutakhir atau kejadian yang tengah menjadi pusat perhatian khalayak
4. Menghubungkan dengan peristiwa yang tengah diperingati
5. Menghubungkan dengan tempat berlangsungnya pembicaraan
6. Menghubungkan dengan suasana emosi (mood) yang tengah meliputi khalayak
7. Menghubungkan dengan kejadian sejarah yang terjadi di masa lalu
8. Menghubungkan dengan kepentingan vital pendengar
9. Memberikan pujian pada khalayak atas prestasi mereka
10. Memulai dengan pernyataan yang mengejutkan
11. Mengajukan pernyataan provokatif atau serentetan pertanyaan
12. Menyatakan kutipan
13. Menceritakan pengalaman pribadi
14. Mengisahkan cerita factual, fiktif, atau situasi hipotetis
15. Menyatakan teori atau prinsip-prinsip yang diakui kebenarannya.

Membuat humor

Terlepas dari semua teknik pendahuluan yang diuraikan di atas, hal yang

paling penting dari semuanya adalah seorang pembicara harus mengenali pendahuluannya dengan baik. Mengenali pendahuluan tidak sama dengan menghafal. Hapalan dalam situasi tertentu bisa sangat berbahaya. Ibarat sebuah rangkaian mutiara, satu saja terputus maka semuanya akan berantakan. Kenali pendahuluan lebih merupakan kondisi dimana pembicara paham betul apa yang akan disampaikan di bagian pendahuluan dan bagaimana bagian itu akan disampaikan.

### Penutup

Awal dan akhir *public speaking* adalah bagian yang paling menentukan. Pada saat itulah perhatian peserta sedang berada pada puncaknya. Pada awal *public speaking* peserta sedang menanti, mengira-ngira, berharap pembicara akan memberikan sesuatu yang menarik dan bermanfaat untuk mereka. Sementara pada akhir *public speaking*, peserta sedang bersiap untuk memperoleh simpulan dan bahkan sedang menunggu pembicaraan di akhiri. Oleh karena itu, pada pendahuluan pembicara harus mampu menarik perhatian khalayak dan meyakinkan pendengar bahwa pada materi yang akan dibicarakan layak untuk didengarkan. Sementara pada bagian penutup pembicara harus dapat memfokuskan pikiran dan perasaan khalayaknya pada gagasan utama atau simpulan penting dari seluruh isi pidato serta membentuk makna mendalam pada pendengar tentang *public speaking* yang mereka ikuti.

Ada dua macam penutup yang buruk, yaitu ketika pembicara berhenti tiba-tiba tanpa memberikan gambaran komposisi yang sempurna, atau berlari-lari tanpa tahu dimana harus berhenti. Oleh karena itulah maka pembicara harus memperhatikan bagian penutupnya. Jangan sampai pemaparan sempurna yang telah dilalui menjadi rusak karena penutup yang buruk.

Menutup kegiatan retorika atau *public speaking* bisa dilakukan dengan menggunakan teknik yang sama dengan pendahuluan atau menyesuaikan dengan tujuan pembicaraan. Jalaluddin Rakhmat (2000: 60) memberikan beberapa teknik penutup sebagai berikut:

1. Menyimpulkan atau mengemukakan ikhtisar pembicaraan
2. Menyatakan kembali gagasan utama dengan kalimat dan kata-kata yang berbeda
3. Mendorong khalayak untuk bertindak (*appeal for action*)
4. Mengakhiri dengan klimaks
5. Mengatakan kutipan sajak, kitab suci, peribahasa, atau ucapan ahli

*RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian*

6. Menceritakan contoh yang berupa ilustrasi dari tema pembicaraan
7. Menerangkan maksud sebenarnya pribadi pembicara
8. Memuji dan menghargai khalayak
9. Membuat pernyataan yang humoris atau anekdot yang lucu

Gerald Green (2000: 69) menyarankan agar setiap pembicara mengenali penutupnya kata demi kata. Hal tersebut perlu dilakukan mengingat perhatian pendengar umumnya akan kembali meningkat ketika pembicara mengatakan atau memberi tanda bahwa pembicaraan akan segera berakhir.

## **BAB IV**

# **TAHAP PENYAMPAIAN**

## Saatnya Tampil

Pada saatnya tampil, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang pembicara. *Pertama* pembicara harus mengkonfirmasi kembali kesesuaian tema, penampilan, metode dan pesan-pesan yang harus ditekankan atau hasil yang diinginkan kepada pengundang atau panitia. Sehingga ketika terjadi perubahan atau terdapat pembaruan, dapat segera disesuaikan. Misal terkait dengan waktu yang disediakan untuk presentasi atau untuk berbicara, kehadiran narasumber lain, kehadiran tokoh atau pejabat tertentu dalam acara, pesan utama yang harus disampaikan dan sebagainya. Pastikan juga semua alat bantu yang kita butuhkan sudah diatur sedemikian rupa dan semua telah siap untuk digunakan.

*Kedua*, ketika nama kita sudah dipanggil, segeralah masuk dengan langkah yang menunjukkan antusiasme dan percaya diri. Sambil menuju ke podium atau panggung, tebarkan sepiintas pandangan mata dan senyuman ke sekeliling ruang dan kepada peserta. Manfaatkan moment tersebut untuk mempelajari situasi. Melalui pandangan kita yang sepiintas, kita segera tahu dimana para pejabat duduk, siapa saja undangan yang hadir dan bagaimana suasana kebatinan yang melingkupi ruang pertemuan tersebut. Perlu diingat pula bahwa sesungguhnya peserta telah menilai kredibilitas dan kelayakan kita sebagai pembicara bahkan sebelum kita mulai berbicara. Sebuah penelitian menyebutkan bahwa 67% informasi diperoleh seseorang melalui pandangan mata. Jadi memberikan kesan pertama adalah penting.

Jika kita memiliki kemampuan dan bakat lain, kita sebagai pembicara bahkan bisa membuat sebuah cara masuk atau naik panggung yang lebih dramatis (*dramatic entrance*). Misal, sebelum kita menunjukkan diri kita, kita lantunkan dulu sebaite puisi atau lagu atau kutipan ayat suci dari balik layar, atau kita memasuki ruangan sambil menyanyikan sepenggal lirik lagu yang berakhir tepat ketika kita tiba di panggung. Jika kita melakukan hal tersebut maka dapat dipastikan perhatian peserta akan dapat langsung tertangkap sejak awal kehadiran kita. Selanjutnya kita hanya perlu menjaganya hingga akhir sesi.

*Ketiga*, ketika kita sudah di atas panggung. Jangan terburu-buru untuk langsung berbicara. Gunakan 1 detik pertama untuk menarik nafas dan

menebar senyum kepada seluruh peserta. Moment itu sesungguhnya juga adalah kesempatan bagi kita untuk mengendalikan diri kita. Kemudian sapa lah orang-orang yang hadir, undangan dan para pejabat yang sebelumnya sudah kita konfirmasi nama-namanya kepada panitia. Ucapkan salam dan buatlah pendahuluan yang menarik. Di sini kita masih bisa menggunakan beragam teknik menarik perhatian yang sederhana, seperti lontaran pertanyaan atau kutipan kata motivasi dan sebagainya. Tetapi ingat, jangan terlalu berlarut-larut di bagian ini.

Panjang pendahuluan memang tidak ada ukurannya. Buat secukupnya. Sebagainya panjang leher, tidak ada ukuran pasti namun cukup untuk menghubungkan kepala dan tubuh kita. Begitupun pendahuluan, buat secukupnya untuk menghubungkan antara judul dengan isi antara kita sebagai pembicara dengan peserta. Pada bagian pendahuluan ini, kita pun bisa memperkenalkan diri melalui tayangan yang telah kita kemas sedemikian rupa. Namun jika itu yang dipilih maka konfirmasi sebelumnya dengan moderator atau MC terlebih dahulu bahwa pengenalan lengkap tentang diri kita akan kita sampaikan sendiri.

*Keempat*, memasuki isi pembicaraan. Selama kita berbicara hindari setiap bentuk komunikasi nonverbal yang dapat mengaburkan pesan. Misalnya selaan suara, mimik muka, gerak tubuh dan lain-lain yang tidak relevan. Selaan suara yang sering dilakukan adalah mengucapkan *mmmm....eeuuu...* dan sejenisnya. Atau menyebutkan sebuah kata yang sama secara berulang-ulang bahkan ketika kata tersebut sebenarnya tidak tepat digunakan pada kalimat yang diucapkan. Untuk itu maka seorang pembicara perlu melatih pembicaraannya agar hal tersebut tidak terjadi dan membuat pembicaraan menjadi kabur. Untuk mengurangi kebiasaan demikian maka ada beberapa hal yang bisa dilakukan:

1. Berbicaralah selama 1-3 menit dan buat rekamannya baik audio maupun video.
2. Putar ulang dan perhatikan kekosongan (*blank*), selaan suara yang muncul atau kata-kata yang kita ulang-ulang. Hitung jumlahnya.
3. Tuliskan kata-kata atau selaan suara itu dan tempelkan di tempat-tempat yang mudah terlihat agar kita ingat bahwa kata-kata itu tidak boleh terlalu sering kita ucapkan.
4. Buat rekaman ulang selama 1-3 menit lagi. Ingat kata-kata dan selaan suara yang tidak boleh kita ucapkan. Setiap kali kata-kata itu terbersit dalam pikiran kita segera alihkan atau ganti dengan

### RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian

kata lain. Setiap kita mengalami *blank* segera pikirkan hal yang dapat kita gunakan untuk menutupinya. Misal dengan mengulang kalimat sebelumnya dengan susunan yang berbeda seolah itu adalah kesengajaan untuk memberikan sebuah penekanan. Dalam beberapa situasi, kita bisa dengan sengaja berhenti sejenak, jeda, untuk memberi kesempatan pendengar berpikir atau sebagai bagian dari gaya untuk memberikan efek tertentu. Tetapi jeda (*pause*) tidak sama dengan *blank*. Jeda adalah sebuah kekosongan yang disengaja sebagai bagian dari gaya. "*Pause, in public speech, is not mere silence--it is silence made designedly eloquent*" (Carnegie, 2005: 33).

5. Latih secara terus menerus sehingga pada akhirnya kita akan bisa menghilangkan atau setidaknya mensiasati gangguan tersebut sepenuhnya.

Selama kita melakukan retorika atau *public speaking*, kita harus selalu menunjukkan sikap yang dapat meningkatkan kredibilitas kita sebagai pembicara. Hal tersebut dapat kita bangun melalui cara berpakaian kita yang sesuai. Ingat saat tampil berpakaian bersih dan rapi saja tidak cukup. Bagaimana pun ini adalah peristiwa dimana kita sedang menampilkan diri kita dan berusaha mempersuasi dan membuat orang lain yakin atas apa yang kita sampaikan. Jadi pastikan kita berpakaian sesuai dengan pendengar bila perlu setingkat di atas pendengar kita. Misal jika kita menjadi pembicara di hadapan para pengusaha, maka minimal kita menggunakan pakaian yang sama dengan mereka atau jika memungkinkan tambahkan dengan pakaian atau asesoris dari *brand* yang dikenal bagus oleh peserta (*branded*). Ketika kita berbicara di hadapan ibu-ibu rumah tangga berpakaianlah sama dengan mereka atau setingkat lebih baik dengan menambahkan *make up* yang sesuai sehingga menunjukkan bahwa kita memang layak untuk mereka dengarkan.

Kredibilitas pembicara juga akan terbangun dari sikap tubuh, posisi kaki, ekspresi, kontak mata dan *gesture* yang kita tunjukkan. Oleh karena itu pastikan kita menampilkan sikap tubuh yang tegak, berdiri dengan tidak bertumpu pada salah satu kaki, hindari menggoyangkan tubuh yang tidak perlu. Laki-laki boleh berdiri dengan kaki agak terbuka, sementara perempuan sebaiknya berdiri dengan kaki rapat, satu kaki berdiri agak di depan kaki lainnya. Jika kaki terasa kurang nyaman, berpindah posisi lebih baik daripada menggoyang-goyangkannya. Jika pembicara punya

kesempatan untuk bergerak leluasa maka perhatikan posisi berdiri jangan sampai membelakangi pendengar yang sama secara terus menerus. Atau menutupi alat bantu presentasi.

Pastikan audiens dapat menangkap ekspresi wajah kita sebagai pembicara karena dari situlah akan terjalin keterhubungan antara pembicara dan pendengar. Oleh karena itu, mempelajari situasi tempat kita melakukan retorika menjadi penting. Kita bisa perkirakan jarak yang cukup memadai sehingga memungkinkan pendengar menangkap ekspresi kita. Jika ruang kecil, dan jumlah peserta tidak terlalu banyak. Posisi duduk bersama peserta sudah cukup untuk membuat interaksi pembicara dan pendengar terjalin cukup baik. Namun ketika ruang besar dengan jumlah peserta banyak maka pembicara mungkin perlu turun dari panggung untuk menjalin keterhubungan dengan peserta dengan lebih baik.

Mata adalah jendela jiwa. Oleh karena itu menjalin kontak mata dengan pendengar juga penting dilakukan oleh pembicara. Melalui kontak mata, pembicara dapat memperkirakan antusiasme peserta, memperkirakan tingkat pemahaman peserta atau audiens terhadap materi yang kita sampaikan dan lain-lain. Jadi tataplah mata lawan bicara atau audiens secara langsung. Mengarahkan pandangan mata kita ke arah yang tidak teratur justru akan merugikan kita karena kita tidak bisa mendapatkan apa-apa dari hal tersebut. Terkait dengan hal ini, Carnegie (2005: 9) mengatakan, *"In facing your audience, pause a moment and look them over--a hundred chances to one they want you to succeed, for what man is so foolish as to spend his time, perhaps his money, in the hope that you will waste his investment by talking dully?"* Tatap audiens anda, tunjukkan kepada mereka siapa anda. Sehingga audiens tidak merasa sia-sia bahwa mereka telah membuang waktu bahkan uang mereka untuk mendengarkan anda.

Jika menjalin kontak mata secara langsung dengan peserta masih menimbulkan kegugupan maka tebarkan pandangan mata secara menyeluruh. Jangan pernah menatap langsung mata salah seorang peserta secara terus menerus dalam waktu yang cukup lama, karena hal tersebut juga akan menimbulkan ketidaknyamanan pada peserta atau pendengar kita. Buat kontak mata secara berbeda-beda, sapukan pandangan mata kita ke depan, belakang, kiri, kanan sehingga semua audiens merasa terlibat dalam pembicaraan kita.

Salah satu yang kerap membuat canggung seorang pembicara adalah posisi tangan. Dimana sebaiknya tangan diletakkan. Akibatnya sering terjadi

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

tangan kemudian menjadi tidak terkontrol. Kegugupan sekaligus kebingungan menempatkan tangan sering membuat seorang pembicara akhirnya melakukan gerakan-gerakan yang tidak relevan dengan pembicaraan dan justru semakin menampakkan kegugupan mereka. Misal pembicara perempuan yang seringkali membenahi jilbab mereka, pembicara berkacamata yang menggeser-geser kacamatanya, pembicara laki-laki yang bahkan menggaruk-garuk bagian tubuh pribadinya. Gerakan-gerakan tersebut sering terjadi tanpa disadari oleh karena itu harus dilatih. Buat video penampilan kita, perhatikan dimana kekurangannya. Gerakan tubuh apa yang sering kita lakukan tanpa kita sadari kemudian perbaiki.

Jika kita sering melakukan gerakan tangan yang tidak relevan coba siasati dengan cara membuat tangan kita sibuk. Misal gunakan tangan untuk memegang pointer atau remote presentasi sendiri. Gunakan tangan untuk memperagakan materi atau informasi yang kita berikan. Gunakan tangan untuk memegang produk yang kita presentasikan. Gunakan tangan untuk memegang *mic*, dan sebagainya. Karena pada dasarnya seorang pembicara boleh menggunakan seluruh tubuhnya untuk mendukung pembicaraan.

*Gesture* atau gerakan tubuh kita sesungguhnya bukan sesuatu yang bisa dipelajari melalui teori dalam buku. *Gesture* adalah gerakan yang secara reflek hadir sebagai pewujudan dari pikiran dan gagasan yang ada di kepala kita. Sehingga seharusnya *gesture* bisa dilakukan secara alami. "*Gesture is really a simple matter that requires observation and common sense rather than a book of rules. Gesture is an outward expression of an inward condition. It is merely an effect--the effect of a mental or an emotional impulse struggling for expression through physical avenues*" (Carnegie, 2005: 82). Sehingga ketika ada kekeliruan di dalam *gesture* yang kita lakukan atau ada ketidaknyamanan yang terjadi yang harus kita perbaiki bukan bagaimana *gesture* yang tampak melainkan gagasan yang ada di dalam kepala kita yang tidak jelas atau tidak teratur akibat kegugupan kita.

Berdasarkan pengalaman, sulit untuk merencanakan *gesture* seperti apa yang akan dilakukan dalam sebuah aktivitas *public speaking*. *Gesture* terjadi begitu saja sesuai dengan peristiwa (*moment*) dan emosi (*feeling*) yang terjadi saat *public speaking* dilakukan. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan Carnegie (2005: 83), "*The best actors and public speakers rarely know in advance what gestures they are going to make. They make one gesture on certain words tonight, and none at all tomorrow night at the same point--their various moods and interpretations govern their gestures.*" Ketika *gesture* terlalu diatur dan

direncanakan yang terjadi kemungkinan besar *public speaking* yang dilakukan menjadi tidak natural dan justru akan menimbulkan ketegangan. Konsentrasi menjadi terpecah antara memikirkan materi dengan *gesture* yang tepat.

Sebelum dan selama pembicaraan berlangsung selalu bangun persepsi positif terhadap diri kita sebagai pembicara. Persepsi pembicara terhadap dirinya akan menentukan keberhasilan kegiatan *public speaking* atau retorika yang dilakukan. Jika di dalam pikiran (*mind set*) kita mengatakan bahwa kegiatan *public speaking* yang dilakukan itu menyenangkan maka kita akan bisa menikmatinya dan *public speaking* akan berjalan dengan lancar. Sebaliknya jika kita mempersepsikan kegiatan *public speaking* sebagai sebuah kegiatan yang menakutkan maka ketegangan akan melingkupi kita selama *public speaking* berlangsung. Untuk mengurangi ketegangan maka kita bisa melakukan beberapa hal berikut:

1. Yakin bahwa semua sudah dipersiapkan dengan baik, bahwa anda sudah berlatih dengan cukup sehingga tidak ada yang perlu dikhawatirkan
2. Ubah *mind set* bahwa anda melakukan presentasi tulus untuk berbagi sesuatu yang anda yakini benar dan bermanfaat bagi orang lain, bukan untuk mendapatkan pujian atas presentasi anda yang memukau
3. Jangan berharap kesempurnaan namun cukup lakukan saya yang terbaik yang anda bisa lakukan. Jika anda membuat target harus sempurna maka beban anda akan besar dan ketegangan akan meningkat
4. Berikan toleransi pada diri sendiri jika melakukan kesalahan. Jangan jadikan sebagai beban namun jadikan bahan evaluasi.

Di dalam menyampaikan *public speaking* kita terdapat tiga cara yang umum dilaksanakan yaitu:

1. *Impromptu*. Penyampaian dengan cara ini sering disebut juga dengan teknik berbicara dengan cara spontanitas. Seseorang diminta berbicara secara serta merta tanpa pemberitahuan sebelumnya. Namun demikian, sesungguhnya dapat dikatakan bahwa tidak ada pembicaraan yang sepenuhnya spontan. Seseorang yang diminta berbicara secara serta merta dan menyanggupinya. Umumnya merupakan pembicara berpengalaman. Sehingga sejatinya mereka telah membuat

### RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian

persiapan jauh-jauh hari untuk peristiwa-peristiwa semacam itu. Mereka semacam telah memiliki template pembicara untuk beragam situasi yang hanya perlu diberi tambahan isian menyesuaikan pada konteks acara dimana dia harus memberikan sambutan atau pidato yang bersifat tiba-tiba. Nikitina (2011:13) mengatakan bahwa, "*while famous public speakers often joke that best impromptu speeches should be prepared weeks in advance.*"

2. *Manuscript*. Penyampaian *public speaking* yang dilakukan dengan membaca secara lengkap teks pidato yang telah dipersiapkan sebelumnya. Bagi sebagian orang teknik ini dianggap bukan *public speaking* melainkan semacam *reading speeches*. Namun demikian dalam sejumlah konteks, teknik ini diperlukan khususnya dalam situasi dimana setiap perkataan dapat memiliki implikasi yang besar sehingga tidak boleh terjadi kesalahan sama sekali. Misal adalah pidato kenegaraan yang disampaikan presiden di depan dewan. Pidato pengukuhan guru besar atau dalam acara pelantikan atau pembacaan sebuah keputusan sidang dan sebagainya. Pidato jenis ini umumnya disampaikan dalam situasi yang formal.
3. *Extempore*. Merupakan tipe penyampaian materi yang paling banyak dan umum dilakukan. Pembicara yang memilih tipe ini akan membuat poin-poin pembicaraan yang dijadikan sebagai panduan agar pembicaraan tidak menyimpang dari topik yang telah ditetapkan. Dalam penyampaian pembicara hanya perlu memberikan penjelasan-penjelasan tambahan, ilustrasi, contoh dan perangkat lain untuk membuat *public speaking* menjadi lebih menarik dan variatif. *Poin-poin* bisa disajikan dalam *slide* maupun dalam kartu-kartu catatan yang dipegang oleh pembicara.

## Ketika Situasi Menjadi Sulit

**T**elah diuraikan di bagian awal bahwa dalam setiap aktivitas retorika atau *public speaking* selalu terlibat adanya tiga elemen atau komponen yaitu, pendengar, situasi dan pembicara. Oleh karena itu, situasi dan hal-hal yang tidak diinginkan juga bisa muncul dari ketiga komponen tersebut. Situasi *public speaking* atau retorika tidak selamanya dapat berjalan sesuai dengan yang kita inginkan atau rencanakan. Sebagai seorang pembicara profesional kita harus selalu siap dengan berbagai situasi dan kondisi. Sehingga tindakan-tindakan antisipasi juga perlu direncanakan sejak awal persiapan.

Pendengar adalah orientasi dan pusat aktivitas kita. Sebagai pembicara tentu saja kita berharap bahwa pendengar akan tertarik, antusias, dan aktif mengikuti pembicaraan atau *public speaking* yang kita lakukan. Namun terkadang harapan tidak selalu sesuai dengan kenyataan. Pendengar yang kita prediksi akan hadir banyak ternyata sedikit, sehingga ruang tampak kosong. Pendengar yang kita harapkan antusias ternyata sibuk sendiri dengan gadgetnya, sibuk berbicara dengan temannya atau bahkan mengantuk dan sebagian meninggalkan ruangan di tengah acara. Situasi buruk lain terjadi ketika peserta yang hadir justru berbalik “menyerang” kita dengan celetukan yang memecah konsentrasi peserta lain, atau dengan pertanyaan yang menginterupsi cenderung mengolok-olok dan sebagainya. Semua situasi itu tentu saja mudah sekali membuat semangat pembicara menurun. Tidak jarang pembicara merasa bahwa semua persiapan yang dilakukannya menjadi sia-sia atau bahkan merasa bahwa dia telah gagal menjadi seorang pembicara.

Seorang pembicara profesional sudah seharusnya siap dengan kondisi terburuk sekalipun. Sejak awal dia sudah harus mempersiapkan mental bahwa dia akan berhadapan dengan manusia dengan beragam karakter dan kepentingan. Tidak mungkin seorang pembicara untuk memuaskan semua kepentingan audiens yang hadir secara 100% sempurna. Oleh karena itu beberapa cara berikut bisa dijadikan sebagai alternatif ketika menghadapi pendengar yang sulit:

1. Jika kita menemukan peserta jauh lebih sedikit dibanding kapasitas ruang yang disediakan. Maka mintalah kepada panitia atau ajak peserta untuk mengubah tata ruang dan penempatan kursi. Bila perlu ubah metode penyampaian kita yang semula

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

merupakan ceramah untuk kelas besar menjadi lebih bersifat interaktif dan melibatkan peserta atau pendengar secara lebih aktif.

2. Jika kita menemukan peserta yang sibuk sendiri atau mengantuk, kita bisa mendekatkan diri kepada peserta. Libatkan peserta di dalam pembicaraan kita dengan mengajukan pertanyaan atau meminta peserta melakukan sesuatu yang relevan dengan materi yang kita sampaikan.
3. Jika kita menemukan peserta yang cenderung mencari perhatian, banyak melontarkan celetukan dan ledekan, kita bisa berikan panggung kepada dia dengan mengundangnya ke depan dan memberikan contoh atau cerita pengalaman dia terkait dengan materi yang kita sampaikan.

Selebihnya kita bisa tetap fokus pada pendengar yang memberikan perhatian dan fokus pada kita. Pendengar yang sulit umumnya merupakan minoritas. Oleh karena itu, daripada kita menghabiskan energi dan terganggu konsentrasi oleh kelompok yang sedikit, lebih baik kita fokuskan perhatian dan kemampuan kita kepada mereka yang masih antusias. Jika kita sibuk dan terganggu oleh mereka yang sulit maka kemungkinan besar kualitas pembicaraan kita akan menurun karena emosi kita terganggu. Akibatnya, bukannya memperbaiki keadaan, orang-orang yang semula tertarik pun pada akhirnya bisa jadi lepas dari kendali kita karena mereka melihat kualitas kita sebagai pembicara menurun. Sebaliknya jika kita tetap fokus pada mereka yang kooperatif dan menampilkan sisi terbaik kita sebagai pembicara tanpa terganggu oleh pendengar bermasalah kita akan tetap membuat pendengar kooperatif mendapat materi maksimal dari kita dan bukan tidak mungkin pendengar yang semula sulit pada akhirnya juga akan terbawa aura positif yang kita bentuk bersama dengan pendengar kooperatif lainnya.

Buat target yang realistis sesuai dengan kondisi *public speaking* yang kita lakukan. Misal ketika kita harus menghadapi jumlah audiens yang besar di ruang besar dengan waktu dan fasilitas terbatas maka membuat target 50% audiens mendengarkan kita

dalam 50% waktu kita itu sudah bagus. Sehingga ketika ada sejumlah pendengar yang kurang memenuhi harapan kita dalam sebagian waktu presentasi kita, kita masih bisa mentoleransinya dan tidak menjadikannya sebagai sebuah kegagalan. Jika kita bisa terus menjaga persepsi positif tentang public speaking yang kita lakukan bukan tidak mungkin kita bisa mencapai lebih dari yang kita targetkan. Tetapi dalam situasi yang berbeda, misal jumlah peserta lebih sedikit, acara lebih informal kita bisa membuat target lebih tinggi, 100% peserta mendengarkan kita dalam 75% waktu kita dan seterusnya.

Di samping datang dari pendengar, kondisi yang sulit juga bisa muncul dari konteks atau situasi yang menjadi *setting*/ latar kegiatan *public speaking* atau retorika berlangsung. Hal yang sering terjadi adalah waktu yang tidak sesuai dengan rencana awal, bisa jadi karena budaya “ngaret” yang terlanjur melekat di masyarakat maka sesi *public speaking* tidak dapat berlangsung tepat waktu dan berkurang durasinya. Permasalahan lain juga bisa muncul dari tidak beroperasinya alat-alat bantu yang kita butuhkan. *Microphone* yang tidak berfungsi dengan baik bahkan bisa jadi mati, laptop, LCD proyektor, *flipchart*, spidol yang tidak lagi mengeluarkan tinta, soundsystem tidak jalan, bahkan listrik dan AC mati.

Kondisi sebagaimana tersebut di atas, sangat sering terjadi. Oleh karena itu seorang pembicara profesional sudah harus siap dengan situasi tersebut dan tidak menjadikan situasi tersebut sebagai alasan untuk tidak tampil maksimal apalagi membatalkan penampilan. Perlu diingat bahwa semua fasilitas tersebut hanyalah “alat bantu”, pembicaralah instrumen utamanya. Oleh karena itu untuk mensiasati kejadian sulit tersebut maka ada beberapa tips yang dapat dijadikan sebagai alternatif:

Jika acara berjalan mundur dari waktu yang seharusnya, maka ikuti saja waktu yang diberikan oleh panitia. Jika semula kita mendapat alokasi 2 jam kemudian menjadi 1 jam atau bahkan 1 jam menjadi 20 menit, ikuti saja tanpa harus merasa sia-sia karena telah membuat persiapan lebih dari itu. Sebagus apapun materi ceramah peserta akan lebih suka ceramah yang tidak terlalu panjang atau bahkan yang singkat. Maka jika kita berprinsip: mulai boleh terlambat, selesai harus tepat waktu, peserta dan panitia pasti tidak akan komplain. Berbeda jika kita tetap

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

memaksakan untuk menyampaikan materi selama 2 jam dalam 1 jam waktu yang diberikan kepada kita. Sudah kita mengeluarkan energi lebih, respon peserta dan panitia kemungkinan besar akan negatif karena kita dianggap telah menghabiskan waktu untuk sesi yang lain.

Agar kita bisa menyesuaikan diri dengan cepat sesuai waktu yang diberikan oleh panitia atau waktu yang tersisa maka sejak awal membuat persiapan kita sudah harus memperhitungkan topik apa yang perlu kita sampaikan. Sebagaimana telah dibahas dalam bab memilih topik, pilih topik yang jelas ruang lingkup dan batasannya. Jangan memasukkan terlalu banyak subtopik ke dalam materi kita. Jika kita memperhitungkan bahwa 1 subtopik akan bisa kita uraikan secara maksimal dalam 15 menit maka jika kita mendapat alokasi waktu 2 jam kita hanya perlu memasukkan 7-8 subtopik saja ke dalam pembicaraan kita. Setiap subtopik kita tuangkan ke dalam 1-2 slide powerpoint sehingga untuk presentasi 2 jam kita hanya perlu membuat maksimal 20 slide termasuk pengenalan dan salam penutup di akhir. Ketika waktunya berkurang, kita bisa susutkan penjelasan untuk masing-masing subtopik menjadi 10 menit atau bahkan 5 menit. Kurangi saja ilustrasi, simulasi atau kutipan-kutipan penjelasnya. Sementara ketika waktu lebih maka tambahkan ilustrasi dan penjelasan untuk setiap subtopik tersebut.

Untuk mensiasati waktu lebih atau tersisa sementara materi kita sudah hampir habis, maka sejak awal persiapan dibuat, siapkan pula berbagai *ice breaking*, *game* sederhana, pertanyaan-pertanyaan pemancing diskusi, sehingga kita bisa sisipkan di tengah presentasi kita sebagai cara untuk kita memenuhi alokasi waktu yang disediakan. Di sinilah retorika sebagai ilmu dan seni berbicara memperlihatkan bentuknya. Bagaimana pembicara menguraikan 2 menit ide menjadi 2 jam presentasi atau 20 menit presentasi.

Ketika situasi sulit terjadi karena fasilitas dan alat bantu yang tidak berfungsi dengan baik, maka pembicara juga sudah harus

antisipasi sejak awal. Sejak test *mic* sebelum presentasi dimulai, pembicara juga sebaiknya sudah mencoba berbicara tanpa mic, seberapa besar volume suara yang dapat didengar calon peserta jika harus berbicara tanpa *microphone*. Jika ternyata suara kita tidak dapat menjangkau seluruh ruang, maka pembicara bisa turun dari panggung dan mendekat ke peserta. Jika berencana menayangkan video ternyata *sound system* tidak berfungsi maka kita bisa ceritakan isi video secara naratif. Selalu punya cadangan bahan presentasi baik yang tersimpan dalam USB *flash disk* maupun yang berupa *hardcopy*, sehingga ketika paparan tidak dapat ditayangkan maka peserta bisa diminta untuk membuka copy materinya. Jika lampu mati dan panitia tetap menghendaki presentasi tetap dilaksanakan lihat situasinya, sesuaikan materi dan metode penyampaian kita, jika *outdoor* bisa menjadi pilihan maka kita bisa membawa peserta untuk pindah ke luar ruangan.

Situasi yang sulit juga bisa datang dari diri pembicara sendiri. Kondisi kesehatan yang tiba-tiba terganggu, permasalahan pribadi yang tiba-tiba muncul dan mengganggu konsentrasi, pembicara melakukan kesalahan di dalam penyampaian informasi, pembicara tidak nyaman dengan penampilan atau *outfit* yang digunakan, dan sebagainya. Masalah kesehatan dan permasalahan yang datang dari luar terjadi di luar kendali kita, oleh karena itu tidak akan menjadi masalah jika kita mengatakan kepada peserta bahwa saat ini kondisi kita sebagai pembicara sedang kurang fit namun akan tetap berusaha maksimal. Sementara jika masalah pribadi maka kita bisa memilih untuk menyampaikan atau tidak. Misal tiba-tiba mendapat kabar orang tua meninggal, kita bisa sampaikan kepada peserta dan koordinasikan dengan panitia. Mungkin kita bisa memadatkan materi yang semula 2 jam menjadi 30 menit saja tanpa mengurangi substansi memberi *copy* materinya kepada peserta dan setelah itu kita berpamitan dengan baik. Tetapi untuk masalah pribadi yang lain, bisa jadi seorang pembicara perlu mengabaikannya, misal permasalahan dengan teman atau dengan istri atau suami. Selesaikan ketika kita sudah menunaikan tugas sebagai pembicara.

Sebagai pembicara tentu saja kita tidak dapat menjamin sepenuhnya bahwa kita tidak akan melakukan kesalahan. Maka ketika kesalahan itu terjadi kita bisa melakukan tips berikut:

Abaikan kesalahan tersebut jika kita melihat bahwa peserta atau

### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

pendengar tidak menyadari bahwa kita melakukan kesalahan. Teruskan *public speaking* kita tanpa harus meminta maaf seolah-olah semua berjalan tanpa ada masalah. Jadikan evaluasi bagi *public speaking* kita berikutnya.

Jika pendengar atau audiens menyadari kesalahan yang kita lakukan maka lihat situasinya, jika peristiwa tersebut terjadi dalam sesi pemaparan kita dan otonomi ada di tangan kita, maka kita bisa segera pikirkan “siasat” untuk menutupi kesalahan tersebut. Misal dengan mengatakan kepada peserta bahwa kesalahan itu adalah sebuah kesengajaan untuk mengetahui apakah peserta atau audiens masih memperhatikan atau tidak sehingga pembicara juga tidak perlu mengucapkan kata maaf.

*“Do not apologize. It ought not to be necessary; and if it is, it will not help. Go straight ahead”*(Carnegie, 2005: 9). Tidak perlu meminta maaf, karena itu tidak penting dan tidak akan membantu kita. Teruskan pembicaraan. Semakin tinggi jam terbang dan semakin banyak situasi sulit yang pernah dihadapi maka akan semakin terampil seorang pembicara untuk menghindari atau menutupi kesalahan yang dilakukannya.

**BAB V**  
**PENELITIAN RETORIKA:**  
**PERMASALAHAN, TEORI**  
**& METODOLOGI**

## Permasalahan dan Teori Retorika

Penelitian retorika dapat dikatakan cukup banyak dilakukan di Indonesia. Namun, secara tema dan permasalahan penelitian retorika yang dilakukan lebih banyak bersifat studi literatur untuk memperoleh gambaran tentang retorika secara lengkap sebagaimana yang dilakukan oleh Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti (*Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*, 2014) dan Rajiyem (*Sejarah dan Perkembangan Retorika*, 2005) atau memfokuskan analisis retorika pada aspek gaya dan penyampaian (*elocutio dan pronuntiatio*) dan identifikasi karakteristik pembicara (*ethos, pathos, logos*) seperti penelitian Dyaningtyas Putri (Univ Bakrie, 2017) berjudul *Analisis Retorika Pada Pembentukan Personal Branding Sandiaga Uno Sebagai Pemimpin Publik Pilkada 2017*, penelitian Ninik Sri Rejeki (UAJY, 2014) berjudul *Perbandingan Retorika Prabowo Subianto Dan Joko Widodo Dalam Debat Calon Presiden 2014 (Studi Kasus Retorika Debat Calon Presiden 2014 Mengenai Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial)* dan sebagainya. Analisis retorika yang mengeksplorasi bagaimana keseluruhan tahapan retorika berdasarkan *five canons of rhetoric* mulai dari persiapan (*inventio, dispositio*) hingga penyampaian (*elocutio, memory, dan pronuntiatio*) belum banyak dilakukan. Begitu pun dengan konsep dan permasalahan retorika lainnya seperti bagaimana dialektika Plato diterapkan dalam konteks retorika, atau bagaimana retorika forensic diterapkan dalam kasus hukum tertentu, bagaimana kandidat pemilihan kepala daerah menggunakan retorika politik dan seremonial untuk memenangkan pemilihan, dan sebagainya.

Di sisi lain, dari sisi metodologi, sebagian besar peneliti retorika memilih studi literatur dan analisis teks (audio visual) sebagai teknik pengumpulan datanya. Belum banyak penelitian retorika yang menggunakan observasi di dalam pengumpulan datanya. Misal untuk mengetahui bagaimana seorang pembicara melakukan persiapan mulai dari pengumpulan materi, penyusunan naskah, membuat materi presentasi, persiapan penampilan, latihan dan sebagainya, tentu akan lebih bermakna jika dilakukan tidak hanya dengan analisis teks atau studi literatur.

Oleh karena itu, ketika akan melakukan penelitian retorika, ada

baiknya jika diawali dengan melakukan studi literatur atas penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran tentang perkembangan keilmuan dan topik penelitian yang telah dilakukan. Melalui penelitian terdahulu kita bisa memperoleh gambaran tentang kecenderungan tema dan permasalahan retorika yang telah banyak diteliti. Kita kemudian bisa memetakan celah atau ruang mana yang masih jarang diteliti. Karena di dalam memilih tema dan permasalahan penelitian aspek kebaruan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Saat ini banyak ditemukan peneliti yang mengulang permasalahan (objek penelitian) yang sama dengan sasaran (subjek penelitian) berbeda. Misal analisis retorika pada debat terbuka Prabowo dan Joko Widodo, analisis retorika Susi Pujiastuti, Analisis Retorika Ustad Abdul Shomad dan lain-lain yang semuanya fokus pada ethos, pathos dan logos para tokoh tersebut.

Untuk menghasilkan kebaruan (*novelty*) yang lebih sekaligus memenuhi unsur kepentingan (urgensi) dari penelitian. Berikut langkah-langkah yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan:

1. Pilih tema, atau peristiwa retorika yang menarik minat kita untuk mengetahuinya secara lebih mendalam. Misal peristiwa debat terbuka pemilihan kepala daerah, retorika ustad terkenal, kasus hukum yang melibatkan tokoh terkenal, konflik masyarakat dan pemerintah, dan lain sebagainya
2. Petakan dan identifikasi konsep dan permasalahan yang muncul di seputar tema atau peristiwa tersebut. Misal ketika kita memilih kasus hukum yang melibatkan tokoh terkenal, maka ada beberapa konteks retorika yang akan muncul antara lain bagaimana yang tokoh melakukan retorika ketika menjelaskan permasalahan hukumnya, bagaimana pengacara melakukan pembelaan terhadap kliennya, bagaimana karakteristik tokoh-tokoh yang terlibat dari perspektif retorika, bagaimana persuasi yang dilakukan oleh tokoh yang terlibat kasus dan tim kuasa hukumnya dalam konferensi pers untuk meyakinkan publik bahwa mereka tidak bersalah dan sebagainya.
3. Lakukan studi literatur konsep dan teori apa yang sekiranya

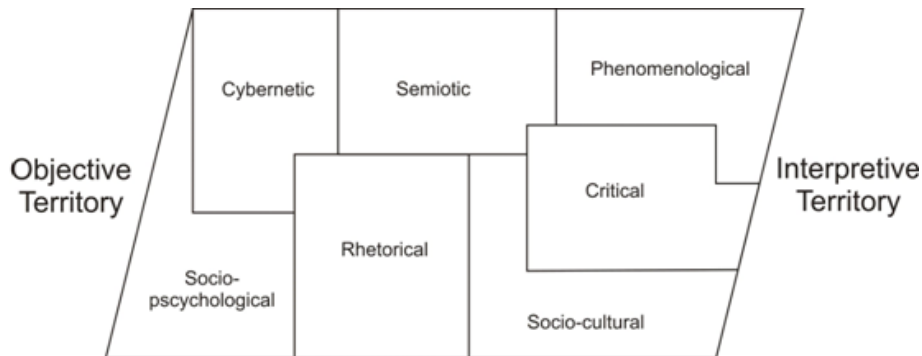
### **RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian**

relevan dan dapat menjelaskan permasalahan tersebut. Misal ketika kita memilih kasus hukum yang melibatkan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) maka kita bisa temukan adanya konsep retorika yang dapat menjelaskan permasalahan tersebut, yaitu pembagian retorika dalam tiga divisi dari Aristoteles. Aristotle (2008: 18) membagi retorika menjadi tiga divisi yang ditentukan berdasarkan tiga kelompok kelas pendengar. Tiga divisi retorika itu adalah retorika politik, retorika forensik dan retorika seremonial atau *display*. Retorika politik mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Retorika forensik cenderung menyerang seseorang atau melindunginya (bertahan). Sementara retorika seremonial dilakukan untuk menunjukkan pujian atau kecaman terhadap seseorang. Ketiga jenis retorika ini juga terkait dengan masalah waktu. Orator politik fokus pada masa depan. Dia akan fokus pada uraian tentang apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan di masa yang akan datang. Retorika jenis ini biasanya berupa nasihat atau larangan. Sementara orator forensik biasanya berkonsentrasi pada permasalahan yang telah terjadi. Umumnya retorika dilakukan oleh seseorang dengan menuduh atau menyerang seseorang tersebut telah melakukan sesuatu. Sementara pihak yang lain akan berusaha bertahan dengan merujuk pada peristiwa yang telah terjadi. Retorika seremonial fokus pada apa yang terjadi saat ini dengan memberikan pujian atau menyalahkan orang lain atas apa yang sedang terjadi. Terkadang mereka juga menggunakan data dari masa lalu sekaligus memprediksi kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Retorika juga memiliki tiga sudut pandang tujuan yang berbeda. Orator politik bertujuan untuk menunjukkan bahaya atau kemanfaatan dari sesuatu peristiwa atau perilaku terhadap masa depan. Jika kita menerima maka kita akan memperoleh kebaikan sementara jika menolak akan mendorong kita pada bahaya. Sementara itu orator forensik biasanya berhubungan dengan kasus hukum berusaha membuktikan mana yang benar dan mana yang salah. Dan retorika seremonial bertujuan untuk menunjukkan mana dan

siapa yang lebih baik dari yang lain. Seorang orator bisa saja menggunakan lebih dari satu jenis retorika sekaligus, misal dalam konteks permasalahan hukum Ahok. Orator (kuasa hukum) bisa menggunakan retorika politik ketika berusaha mempersuasi publik untuk memberi dukungan dan memaklumi Ahok sekaligus dia bisa menggunakan retorika seremonial dengan memberikan pujian bagi kinerja dan reputasi Ahok selama ini dan mencela pihak-pihak yang dipandang sedang mendiskreditkan Ahok. Dalam kasus yang sama, seorang peneliti juga bisa memilih untuk melakukan analisis penerapan Teori Kemungkinan dari Corax oleh pengacara Ahok di dalam melakukan pembelaan terhadap kliennya.

4. Pilih metode penelitian yang tepat dan relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Ketika peneliti memilih permasalahannya hanya pada tahap penyampaian (delivery atau pronuntiatio) maka melakukan analisis teks terhadap literatur atau rekaman audiovisual bisa jadi telah cukup memadai. Namun jika peneliti juga ingin melakukan eksplorasi yang lebih komprehensif mulai dengan tidak hanya fokus pada apa yang tampak di layar namun juga di balik layar, maka metode fenomenologi atau etnografi juga dapat dipertimbangkan untuk dipilih. Jadi penelitian retorika tidak selalu terbatas pada analisis teks namun juga terbuka untuk metode penelitian lain termasuk paradigma positivistik kuantitatif.
5. Lakukan analisis yang relevan. Jika dilihat berdasarkan pemetaan 7 tradisi teori komunikasi maka tradisi retorika justru lebih cenderung bersifat objektif. Sehingga metode penelitian kuantitatif yang memberikan penjelasan tentang sebab akibat maka berbagai uji statistik untuk menganalisis hubungan dan pengaruh retorika juga dapat menjadi pilihan.

## RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian



Pemetaan 7 Tradisi Teori Komunikasi (Griffin, 2009: 51)

Retorika berada pada posisi demikian karena merujuk pada definisi yang diberikan Aristoteles (dalam Griffin, 2012: 287) yang mengatakan bahwa retorika adalah *"an ability, in each particular case, to see the available means of persuasion."* Retorika adalah kemampuan untuk menggunakan beragam "alat" yang tersedia untuk melakukan persuasi. Definisi tersebut dengan jelas menunjukkan adanya perhatian khusus terhadap perilaku yang diinginkan dari audiens. Retorika adalah sebuah aktivitas penggunaan kata-kata yang dilakukan secara sengaja untuk menghasilkan efek tertentu.

Pada era Yunani, masyarakat memandang kemampuan berbicara di depan publik sebagai bentuk tanggung jawab demokrasi mereka. Ketika Romawi berkuasa, kemampuan retorika juga berkembang menjadi salah satu *survival skill* dalam forum-forum politik. Para ahli retorika selalu memiliki kepentingan khusus di ruang-ruang sidang pengadilan, dalam perdebatan di legislative, seremoni keagamaan dan bahkan dalam pidato perayaan. Dalam setiap *setting* retorika, orang yang menguasai seni retorika akan lebih berpeluang untuk memenangkan hati dan pikiran audiens.

Terkait dengan retorika ini, Plato berpendapat bahwa kegiatan retorika yang dilaksanakan secara dialogis, lebih privat itu lebih ideal daripada yang dilaksanakan secara publik dan menjadi konsumsi banyak orang. Filosofi tersebut kemudian dikenal dengan *dialectic*, atau *one-on-one communication*. Berbeda dengan retorika pada umumnya di Athena dimana seorang pembicara lebih banyak berbicara di depan publik dengan membahas isu-isu kemasyarakatan, dialektika Plato lebih berfokus pada *exploring eternal Truths in an intimate setting*. Meskipun Plato berharap bahwa filosofi *dialectic* dapat menggantikan retorika publik, murid Plato yang terbaik yaitu Aristotle, justru menjadikan *public rhetoric* sebagai objek studi yang sangat serius

(Griffin, 2012: 287).

Bagi Aristoteles, perangkat retorika merupakan benda yang netral. Pembicaralah yang menentukan apakah alat-alat persuasi itu akan digunakan untuk membawa kebaikan atau sebaliknya akan membahayakan. *"... by using these justly one would do the greatest good, and unjustly, the greatest harm."* Aristoteles percaya bahwa kebenaran sebagai puncak dari nilai moral akan lebih dapat diterima dibandingkan kebohongan. *"Speakers who neglect the art of rhetoric have only themselves to blame when their hearers choose falsehood. Success requires wisdom and eloquence"* (Griffin, 2012: 289).

## Metode Penelitian Retorika

Pada dasarnya, seperti objek penelitian lainnya, penelitian retorika dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu dari tiga metode penelitian yang lazim dilakukan, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, kualitatif atau gabungan dari keduanya (*mix methods*). “Unquestionably, the three approaches are not as discrete as they first appear. Qualitative and quantitative approaches should not be viewed as rigid, distinct categories, polar opposites, or dichotomies. Instead, they represent different ends on a continuum” (Newman & Benz, 1998). Sebuah penelitian kualitatif bisa jadi juga menggunakan data-data kuantitatif atau deskripsi yang cenderung bersifat eksplanatif. Misal penelitian tentang Berbagai Bentuk Alat Persuasi yang Digunakan Oleh Seorang Orator dalam Pidatonya. Tentu akan memuat data dan deskripsi tentang jenis dan frekuensi penggunaan alat-alat tersebut. Atau sebaliknya, penelitian tentang Hubungan Kredibilitas Calon Presiden dalam Debat Publik dengan Tingkat Elektabilitas. Dilakukan dengan metode kuantitatif tetapi tidak menutup kemungkinan dilengkapi dengan penjelasan deskriptif di dalam pembahasannya.

Creswell (2014) mengatakan bahwa,

*Qualitative research is an approach for exploring and understanding the meaning individuals or groups ascribe to a social or human problem. The process of research involves emerging questions and procedures, data typically collected in the participant's setting, data analysis inductively building from particulars to general themes, and the researcher making interpretations of the meaning of the data. The final written report has a flexible structure. Those who engage in this form of inquiry support a way of looking at research that honors an inductive style, a focus on individual meaning, and the importance of rendering the complexity of a situation.*

Penelitian kualitatif dilaksanakan ketika peneliti ingin melakukan eksplorasi dan memahami pemaknaan individu atau kelompok tentang sebuah permasalahan manusia. Proses penelitiannya akan dijalankan dengan diawali oleh perumusan masalah dan pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan natural setting dari subjek penelitian. Data

dikumpulkan secara induktif untuk kemudian diinterpretasikan dan dibuat simpulan. Penulisan hasil penelitian dapat dilakukan dengan sistematika yang lebih lentur. Sebagai contoh, peneliti ingin mengetahui berbagai faktor yang menyebabkan demam panggung. Maka ia bisa melakukan survey, *focus group discussion (FGD)* atau melakukan wawancara dengan sejumlah pembicara sehingga dia bisa membuat simpulan tentang pemaknaan demam panggung dari perspektif pembicara.

Sementara itu, penelitian kuantitatif dijalankan dengan tujuan untuk menguji sebuah teori dan mencari hubungan di antara lebih dari dua variabel penelitian. Variabel-variabel yang digunakan harus dapat diukur sehingga analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan prosedur statistik. Untuk penelitian dengan menggunakan metode ini, peneliti harus sudah memiliki asumsi terlebih dahulu (hipotesis) yang akan dicari jawabannya secara deduktif. *"The final written report has a set structure consisting of introduction, literature and theory, methods, results, and discussion"* (Creswell, 2014).

Seorang peneliti terkadang merasa bahwa penelitiannya belum sempurna atau kurang lengkap ketika hanya menggunakan salah satu metode penelitian. Sebuah penelitian kualitatif dipandang kurang ilmiah ketika tidak didukung data-data kuantitatif di dalamnya, sebaliknya penelitian kuantitatif dipandang terlalu kering dan kurang membangun pemahaman jika tidak disertai dengan analisis deskriptif interpretatif. Oleh karena itu, sebagian peneliti mulai mengkombinasikan penggunaan kedua metode tersebut dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang lebih lengkap. *"The core assumption of this form of inquiry is that the combination of qualitative and quantitative approaches provides a more complete understanding of a research problem than either approach alone"* (Creswell, 2014).

Penggunaan ketiga metode penelitian tersebut sangat bergantung pada permasalahan dan tujuan penelitiannya. Setelah seorang peneliti menetapkan metode apa yang paling tepat maka dia dapat membuat rancangan penelitian (*research design*) yang sesuai.

Selain alternatif rancangan penelitian dari Creswell, penelitian kuantitatif lazim juga dilakukan dengan menggunakan rancangan penelitian lain. *"Several research methods exist to conduct quantitative research. In descriptive research method, correlational, developmental design, observational studies, and survey research are used. These research methods may also be used in various degrees with experimental and causal comparative research"* (William, 2007: 66). Penelitian retorika yang dilaksanakan dengan menggunakan rancangan

### RETORIKA: Teori, Praktik, dan Penelitian

penelitian eksperimental misalnya adalah penelitian yang ingin mengetahui efektivitas penggunaan humor dalam *public speaking*, atau studi beda antara pembelajaran guru di kelas yang menggunakan *slide power poin* dengan *flipchart*. Penelitian dilakukan dengan melakukan *treatment* pada kelompok publik/ audiens/ kelas yang berbeda dari populasi yang sama. Untuk tujuan yang berbeda, penelitian retorika juga bisa dilakukan dengan menggunakan rancangan survey, ketika ingin mengetahui pengaruh penggunaan humor terhadap pencapaian tujuan *public speaking*.

#### Berbagai Rancangan Penelitian (Creswell, 2014)

| Quantitative                                                            | Qualitative                                                                                           | Mixed Methods                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Experimental designs<br><br>Nonexperimental designs,<br>such as surveys | Narrative research<br><br>Phenomenology<br><br>Grounded theory<br><br>Ethnographies<br><br>Case study | Convergent<br><br>Explanatory sequential<br><br>Exploratory sequential<br><br>Transformative, embedded,<br>or multiphase |

Ketika seorang peneliti ingin mengetahui bagaimana persiapan retorika yang dilakukan seorang calon presiden sehingga penampilannya menjadi tampak sempurna saat debat terbuka maka penelitian bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai alternatif rancangan penelitian kualitatif baik *narrative*, fenomenologi maupun etnografi atau bahkan studi kasus. Penelitian *narrative* bisa dilakukan jika peneliti ingin memperoleh deskripsi yang lengkap tentang biografi dari pembicara tersebut sehingga bisa diambil pelajaran tentang hal-hal yang menjadi kunci sukses dari karirnya sebagai calon presiden sekaligus seorang orator. Profesor Shone (2015:42) mengatakan bahwa penelitian *narrative* merupakan penelitian yang mengacu pada upaya pengumpulan kisah hidup seseorang. *"This refers to the collection of people's stories about experiences that have a significant impact on their lives"* Sementara itu, jika ingin mengetahui bagaimana kesibukan persiapan dan pelaksanaan debat terbuka yang sesungguhnya bukan berdasarkan pernyataan orang lain, maka peneliti bisa memilih rancangan penelitian fenomenologi. Sementara itu jika

ingin mengetahui bagaimana suasana kebatinan atau pemaknaan sebuah debat terbuka bagi calon presiden maka peneliti bisa memilih etnografi sebagai rancangan penelitiannya.

Di samping ragam penelitian tersebut di atas, salah satu rancangan penelitian yang populer dalam objek kajian retorika adalah analisis teks atau analisis isi.

*Content analysis review forms of human communication including books, newspapers, and films as well as other forms in order to identify patterns, themes, or biases. The method is designed to identify specific characteristics from the content in the human communications. The researcher is exploring verbal, visual, behavioral patterns, themes, or bias. (Williams, 2007:69)*

Di dalam melakukan penelitian dengan menggunakan analisis isi atau analisis teks, seorang peneliti melakukan penelitiannya minimal melalui dua tahap, yaitu pengumpulan unit-unit analisis dari teks retorika umumnya berupa rekaman audio atau video. Kemudian dianalisis secara kuantitatif atau kualitatif dengan menggunakan prosedur perhitungan statistik atau pembuatan kategorisasi data kualitatif dan interpretasi atas data tersebut.

Hingga tataran ini, sejatinya ruang penelitian retorika bisa sangat luas dan variatif tidak terbatas pada aspek pembicara dan penyampaian *public speaking* saja, namun bisa mengkaji konteks dan kultur di seputar aktivitas retorika itu sendiri. Penelitian retorika juga dapat memberikan manfaat yang kontributif baik secara teoritis maupun praktis bagi kalangan akademisi maupun praktisi.

## Daftar Pustaka

- Aristotle. 2008. *The Art of Rhetoric*. (terjemah oleh W. Rhys Roberts). Megaphones e-book.
- Carnegie, Dale. 2005. *The Art of Public Speaking*. Gutenberg e-book.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mix Methods Approaches*. 4th ed. Sage Publication: Los Angeles
- Green, Gerald. 2000. *The Magic of Public Speaking*. Elexmedia Komputindo: Jakarta
- Griffin, EM. 2009. *A First Look at Communication Theory*, 7th Ed, McGraw - Hill: Boston.
- \_\_\_\_\_. 2012. *A First Look at Communication Theory*, 8th Ed, McGraw - Hill: New York.
- Harris, Robert A. *A Handbook of Rhetorical Devices*.
- Lucas, Stephen E. 2004. *The Art of Public Speaking*. 8th ed. McGraw - Hill: Boston
- \_\_\_\_\_. 2009. *The Art of Public Speaking*. 10th ed. McGraw - Hill: Boston.
- Newman, I., dan Benz, C. R. 1998. *Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring The Interactive Continuum*. Carbondale and Edwardsville: Southern Illinois University Press.
- Nikitina, Arina. 2011. *Successful Public Speaking*. Downloaded free e-book from bookbon.com
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Rosdakarya
- Rajiyem. 2005. "Sejarah dan Perkembangan Retorika" dalam *Jurnal Humaniora*. Vol 17 No. 2 Hal.142-153
- Shone, John Bacon. 2015. *Introduction to Quantitative Research Methods*. Graduate School University of Hongkong
- Suardi. 2017. "Urgensi Retorika Dalam Perspektif Islam Dan Persepsi Masyarakat." *Jurnal An-Nida Jurnal Pemikiran Islam*. Edisi Desember 2017 Vol. 41 No. 2 halaman 130-142
- Sukadi, G. 1993. *Public Speaking Bagi Pemula*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta

- Sutrisno, Isbandi dan Wiendijarti, Ida. "Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Retorika" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 12 No. 1 Hal. 70-84
- Williams, Carrie. 2007. "Research Methods" dalam *Journal of Business & Economic Research* – March 2007. Vol. 5 No. 3