

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teoretis

1. *Public Speaking*

a. Definisi *Public Speaking*

Menurut YS Gunadi (dalam Angriadi 2013, diakses 6 Maret 2017) *public speaking* adalah komunikasi yang dilakukan secara lisan mengenai suatu hal atau topik di hadapan banyak orang dengan tujuan mempengaruhi, mengajak, mendidik, mengubah opini, memberikan penjelasan, dan memberikan informasi kepada masyarakat di tempat tertentu.

Lucas (2009:8) menyatakan bahwa:

“Public speaking as its name implies, is a way of making your ideas public – sharing them with other people and of influencing other people”.

Menurut Lucas dalam kutipan tersebut, seperti namanya, *public speaking* atau berbicara secara publik adalah cara untuk membuat ide kita menjadi publik dengan berbagi kepada orang lain dan atau mempengaruhi orang lain.

Menurut Lucas (2009:22), *Public Speaking* adalah proses yang berpusat pada khalayak dalam situasi retorik yang terdiri dari pembicara, khalayak, dan kesempatan serta dipandu oleh urgensi. Pidato yang efektif tergantung pada bagaimana khalayak mendengarkan, memahami, mengingat, dan termotivasi untuk bertindak atas apa yang dikatakan pembicara. Pusat khalayak dari pembicara menunjukkan kejujuran dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sikap hormat terhadap khalayak dengan menggunakan *ethos*, *pathos*, dan *logos* sepanjang perencanaan pidato dan proses penyajian mengikuti prinsip umum seperti konten yang efektif, stuktur, dan cara penyampaian.

Gareis (dalam *ADJES* 2016:20) menyebutkan beberapa hal yang dianggap penting dalam *public speaking* diantaranya pengaturan, penampilan dan bahasa tubuh, perilaku suara, dukungan berupa audio visual, dan sesi bertanya. Dalam penjelasannya, Gareis menyebutkan tentang penggunaan audio visual. Audio visual akan mendukung pembicara untuk menyampaikan pikiran dan perasaan di depan khalayak.

b. Tren *Public Speaking*

Dikutip dari modul Universitas Mercu Buana (2008, diakses 20 Maret 2017), *public speaking* dikenal 2500 tahun lalu pada jaman nenek moyang Yunani sebagai bagian dari para orator pada masa itu dan memiliki pengaruh pada masyarakat. Perkembangan teknologi mempengaruhi *public speaking* selanjutnya, yaitu *video teleconference*. Kemajuan teknologi inilah yang selanjutnya memberikan pengaruh yang besar bagi komunikasi yang dilakukan dengan jumlah audiens yang besar dan komunikasi tatap muka (*face to face*).

Bagi seorang pemimpin, kemampuan berbicara di depan publik juga digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi orang lain untuk tujuan kekuasaan. Seiring berjalannya waktu, perkembangan *public speaking* semakin lama justru semakin banyak macamnya.

Bermula dari munculnya *public speaking* sebagai alat demokrasi politik yaitu orasi dan pidato, saat ini *public speaking* digunakan tidak



hanya untuk kepentingan politik semata melainkan dari segi hiburan pun diperlukan, misalnya *stand up comedy* dari para komika dan retorika dari video *blog*.

Dalam video *blog*, setiap orang dapat berlatih *public speaking*. *Public speaking* yang terjadi dalam video *blog* menjadi tolak ukur terhadap kesiapan materi yang dibahas. *Public speaking* dianggap penting karena memberikan banyak kesempatan untuk meningkatkan karier, talenta kepemimpinan, kemampuan dan kepercayaan diri. Bahkan, *public speaking* dapat menjadi sarana untuk memperbanyak teman dan kolega.

Tren yang berkembang menjadikan *public speaking* sebagai hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari terlebih dengan adanya fenomena video *blog* yang saat ini sedang marak, *public speaking* menjadi semakin penting khususnya untuk mereka yang berperan sebagai *video blogger*.

2. Teori Retorika

Menurut Jalaludin Rakhmat (2011:27) Retorika merupakan ilmu berpidato (*the art of oratory*), seni penggunaan bahasa secara efektif (*the art of using language effectively*). Seni berbicara dengan baik yang dicapai berdasarkan bakat alam dan keterampilan teknis yaitu ilmu dan seni yang mengajar orang untuk terampil menyusun tuturan yang efektif atau seni untuk “memanipulasi” percakapan (*the art of fake speech*).

Menurut West & Turner (2013:324) retorika adalah teori komunikasi yang awalnya dikembangkan oleh Aristoteles sebagai sarana menantang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sejumlah asumsi yang berlaku mengenai presentasi yang efektif. Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai sarana yang tersedia dengan tujuan persuasi.

Menurut Aristoteles (dalam Griffin, 2015:283) menyatakan bahwa:

“Aristotle believes the communication process is dynamic; the communication process is not a single or linear process. According to Rhetorical Theory, communicating and presenting information is not just sending a static message and hoping the audience reads or listens; the process is considerably more dynamic.”

Sesuai dengan pernyataan di atas Aristoteles percaya proses komunikasi merupakan proses yang dinamis. Proses komunikasi bukanlah proses tunggal atau linear. Menurut teori retorika, berkomunikasi dan menyajikan informasi tidak hanya sekedar mengirim pesan statis dan berharap penonton membaca atau mendengarkan, melainkan proses yang terjadi jauh lebih dinamis.

Aristoteles (dalam West & Turner, 2013:325) juga menambahkan bahwa retorika merupakan ketergantungan pada berbagai emosi, pertanyaan, fakta dan angka, bahasa bergerak, dan informasi membuat pesan lebih mudah untuk dipahami dan lebih mungkin untuk membujuk. Retorika adalah alat penting bagi penulis pidato, pengiklan, pengacara, legislator, ulama, guru dan penulis media.

Menurut West & Turner (2013:325) teori retorika Aristoteles ini mempunyai dua asumsi sebagai berikut:

- (1) Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka
- (2) Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka.

Dalam asumsi pertama, Aristoteles menekankan bahwa hubungan antara pembicara dan khalayak harus dipertimbangkan. Pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan



khalayaknya, tetapi mereka justru harus berpusat pada khalayak. Dalam hal ini, khalayak dianggap sebagai sekelompok besar orang yang memiliki motivasi, keputusan, dan pilihan bukannya sebagai sekelompok besar orang yang homogen dan serupa.

Asumsi ini menggarisbawahi definisi komunikasi sebagai sebuah proses transaksional. Agar suatu pidato efektif harus dilakukan analisis khalayak (*audience analysis*), yang merupakan proses mengevaluasi suatu khalayak dan latar belakangnya dan menyusun pidatonya sedemikian rupa sehingga para pendengar memberikan respon sebagaimana yang diharapkan oleh pembicara. Contoh analisis khalayak adalah analisis mengenai umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan dan lain-lain.

Asumsi kedua berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Bukti-bukti yang dimaksudkan merujuk pada cara-cara persuasi yaitu: *ethos*, *pathos*, dan *logos*.

a. Tiga Pilar Komunikasi Persuasif

Menurut Aristoteles (dalam West & Turner 2013:326) Kontribusi retorik utama adalah gagasan bahwa ada tiga macam bukti retorika:

(1) *Ethos*

Ethos merupakan bukti etika yang tergantung pada kredibilitas pembicara, pengetahuan subjek, dan niat baik untuk penonton. Menurut Herrick (dalam Maarif 2015:9), *Ethos* kepribadian pembicara menjadi faktor penting dalam kesuksesan beretorika. Siapa yang berbicara



dialah yang menentukan efektivitas suatu pembicaraan. Pembicara yang berethos adalah pembicara yang memiliki kredibilitas personal.

Kredibilitas personal yang dimaksud berada pada persepsi masyarakat. Pembicara publik harus mengetahui “*what the community believes makes a person believable*”: sesuatu yang menjadikan orang dipercaya oleh masyarakat.

Aristoteles (dalam Griffin 2015:286-287), mengidentifikasi tiga kualitas yang membangun kredibilitas tinggi (*ethos*) dalam retorika, yaitu: *perceived Intelligence* atau kecerdasan pembicara, *virtuous character* atau karakter yang dirasakan, dan *goodwill* atau kemauan yang baik.

Menurut Neal Wood (dalam Maarif 2015:18), seorang pembicara publik tentu seyogianya memiliki ketiga manifestasi *dignitas* yaitu Orator seharusnya berwibawa, dihormati, dan dikenal. Dengan kewibawaan dan kehormatan, perkataan sang orator akan didengar oleh publik. Jika pembicara publik pun terkenal, antusiasme massa untuk mendengarnya lebih membahana dan pesannya pun mudah untuk diterima publik dan gampang pula untuk menyebar ke mana-mana.

(2) *Pathos*

Pathos atau emosional yang dimaksud Aristoteles pada buku *Rhetoric* (dalam Maarif 2015:26) adalah “semua perasaan yang dapat mengubah keputusan orang, dan terkadang terasa menyakitkan kadang menyenangkan”. Artinya, seorang komunikator harus bisa memengaruhi emosi khalayak. Perasaan yang dimaksud mencakup rasa marah dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tenang, bersahabat dan bermusuhan, takut dan berani atau percaya diri, malu dan tidak malu, sayang dan jengkel, iri dan bersaing.

Emosional merupakan bukti yang tergantung pada banding ke emosi penonton seperti persahabatan yang terjalin, sukacita, kemarahan, kesedihan. Griffin (2015:288) juga menjelaskan mengenai pendapat Aristoteles dan George Kennedy yang mengklaim bahwa analisis dari *pathos* adalah pembahasan sistematis awal psikologi manusia.

Kesedihan berkaitan dengan emosi yang ditarik keluar dari pendengar, Aristoteles berpendapat bahwa pendengar menjadi instrumen bukti ketika emosi diaduk di dalamnya. Pendengar menilai berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh sukacita, rasa sakit, kebencian, atau takut.

(a) Marah dan Tenang

Marah menurut Aristoteles pada bukunya, *Rhetoric* (dalam Maarif 2015:26) adalah keinginan untuk melakukan kekerasan kepada pelaku penghinaan pada diri sendiri atau orang terdekat. Hasrat tersebut pada awalnya menyakitkan dan terasa menyenangkan setelah disalurkan.

Aristoteles juga menambahkan bahwa rasa marah diakibatkan oleh penghinaan yang dilakukan minimal dalam tiga bentuk. Pertama menghina dengan merendahkan diri, kedua menghina dengan membuat dongkol, dan ketiga menghina dengan mengolok-olok.

(b) Bersahabat dan Bermusuhan

Konsisten dengan penelitian masa kini tentang daya tarik, Aristoteles menganggap kesamaan adalah kunci untuk kehangatan. Pembicara harus menunjukkan tujuan bersama, pengalaman, sikap, dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keinginan. Dalam ketidakhadiran dari kekuatan positif, musuh bersama dapat digunakan untuk membuat solidaritas.

Aristoteles (dalam Maarif 2015: 28) mendefinisikannya dengan perasaan yang menginginkan kebaikan bagi orang lain bukan untuk diri sendiri, tapi untuk kepentingan orang lain tersebut. Perasaan itu diiringi perasaan senasib sepenanggungan dalam suka dan duka. Kita mudah bersahabat dengan orang yang punya harapan yang sama dengan kita.

(c) Takut dan Berani atau Percaya Diri

Takut berasal dari gambaran mental yang berpotensi sebagai bencana. Pembicara harus melukis dengan kata-kata dari gambaran sebuah tragedi, yang menunjukkan bahwa kejadiannya memungkinkan. Percaya diri dapat dibangun dengan menjelaskan bahaya sebagai pengendali.

Menurut Aristoteles (dalam Maarif 2015:32) Ada kalanya, ketakutan perlu dilawan. Keberanian dan kepercayaan diri justru harus dimunculkan. Dua hal tersebut merupakan lawan dari ketakutan. Keberanian dan kepercayaan diri muncul dengan menyingkirkan sebab-sebab ketakutan tersebut.

Hal lain yang perlu dimunculkan dalam emosi komunikasi adalah sikap baik hati (*kindness*), yaitu memberi pertolongan kepada orang yang membutuhkan pertolongan tanpa pamrih, melainkan demi pihak yang ditolong. Sikap baik mirip dengan sikap bersahabat, keduanya sama-sama menganguskan tindakan tanpa kepentingan pribadi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(d) Sayang dan Jengkel

Aristoteles (dalam Maarif 2015:33) menyampaikan bahwa orator selayaknya mendorong sikap penuh kasih ke dalam diri audiennya. Sikap penuh kasih didefinisikan sebagai perasaan sakit ketika menghadapi penampakan keburukan, kerusakan dan hal yang menyakitkan yang menimpa seseorang di antara kita.

Hal-hal yang bisa memantik rasa kasihan antara lain kematian, luka, tua renta, wabah, kelaparan, kondisi sendirian tanpa kawan, lemah, cacat, dan sering bernasib malang. Orang-orang yang mudah membangkitkan rasa kasihan kita adalah orang-orang yang kita kenal dekat, orang-orang yang sama dengan kita dalam hal umur, watak, dan status sosial.

(e) Iri dan Bersaing

Rasa iri sebagaimana rasa jengkel, cenderung bernuansa negative dan buruk. Seyogianya kedua rasa itu diidentifikasi dan diperbaiki oleh orator bukan untuk dibenamkan pada audien. Rasa yang hamper serupa dengan itu tetapi bernuansa positif dan baik, serta layak disemaikan adalah perasaan kuat untuk bersaing dan berlomba-lomba.

Rasa bersaing menurut Aristoteles (dalam Maarif 2015:34), adalah rasa yang menggundahkan saat melihat orang yang secara natural sama dengan kita dapat meraih suatu kebaikan yang dapat kita raih pula. Dengan rasa itu, diri bergerak untuk meraih apa yang dapat diraih oleh orang yang setara. Tidak terbesit niat buruk diri

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pada orang lain ketika rasa bersaing mengemuka, sementara dalam rasa iri, niat buruk pada orang lain mendominasi diri.

(3) *Logos*

Aristoteles (dalam Maarif 2015:44), mengacukan kata *logos* pada kata-kata argumentasi dan logika dalam retorika. Bila *ethos* terkait dengan pembicara, dan *pathos* terkait dengan pendengar, maka *logos* berkaitan dengan pembicaraan.

Logos atau bukti logis tergantung pada entimem dan silogisme. Griffin, *et al* (2015:285), menjelaskan *logos* merupakan bukti logis bahwa pembicara menggunakan; argumen mereka, rasionalisasi, dan wacana. Menurut Aristoteles *logos* melibatkan sejumlah praktek termasuk menggunakan penjelasan logis dan bahasa yang jelas termasuk dengan pemilihan kata atau ungkapan dan kalimat yang dikeluarkan oleh pembicara.

Aristoteles (dalam Griffin 2015:285) juga mengatakan bahwa:

“Focused on two forms of logos - the enthymeme and the example. Regarded the enthymeme as the strongest of the proofs. An enthymeme is merely an incomplete version of formal deductive syllogism”.

Aristoteles memfokuskan *logos* pada dua bentuk, entimem¹ dan contoh. Ia menganggap entimem adalah hal yang terkuat sebagai bukti retorika. Sebuah entimem hanyalah versi lengkap dari silogisme deduktif formal.

Logos merupakan unsur yang harus dipelajari dan dipraktikkan dalam retorika dan berisi format pesan yang seyogianya dibuat dan disampaikan oleh orator untuk membujuk audien. Menurut Maarif

¹ Pada dasarnya entimem adalah silogisme, tetapi dalam entimem salah satu premisnya dihilangkan atau tidak diucapkan karena sudah sama-sama diketahui.



(2015:51), agar suatu pesan tercapai orator seharusnya memiliki pengetahuan fakta historis, kemampuan membuat analogi, kemampuan membuat fiksi, kemampuan mengabstraksi pengalaman dan kemampuan untuk berlogika.

Menurut Aristoteles dalam Griffin, *et al* (2015:286), tidak hanya cukup untuk seorang pembicara dalam kata-katanya mengandung argumen yang masuk akal. Pembicara harus tampak kredibel untuk mendukung kata-katanya. Herannya, Aristoteles mengatakan sedikit tentang latar belakang pembicara atau reputasinya. Dia lebih tertarik kepada persepsi khalayak yang dibentuk oleh apa yang pembicara tidak katakan dan katakan.

b. Kanon Retorika

Menurut Aristoteles (dalam West & Turner 2013:328), kanon merupakan tuntunan atau prinsip – prinsip teori retorika yang harus diikuti oleh pembicara agar penyampaian gagasan atau pidato menjadi efektif, yaitu:

(1) *Invention*

Penemuan didefinisikan sebagai konstruksi atau penyusunan dari suatu argumen yang relevan dengan tujuan dari suatu pidato. Dalam hal ini perlu adanya integrasi cara berfikir dengan argumen dalam pidato. Oleh karena itu, dengan menggunakan logika dan bukti dalam pidato dapat membuat sebuah pidato menjadi lebih kuat dan persuasif.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Maarif (2015: 67) Penemuan (*invention*) merupakan suatu persiapan untuk berpidato atau menulis. Yang disiapkan adalah bahan-bahan yang dapat mengembangkan pembicaraan atau tulisan yang hendak disampaikan. Bahan-bahan yang diperlukan adalah hal-hal yang dipersoalkan dan topik utama yang harus dikuasai.

(2) *Arrangement*

Pengaturan berhubungan dengan kemampuan pembicara untuk mengorganisasikan gagasan atau pidato yang disampaikannya. Pidato secara umum harus mengikuti pendekatan yang terdiri atas tiga hal yaitu pengantar (*introduction*), batang tubuh (*body*), dan kesimpulan (*conclusion*).

Pengantar merupakan bagian pembukaan dalam suatu pidato yang cukup menarik perhatian khalayak, menunjukkan hubungan topik dengan khalayak dan memberikan pembahasan singkat mengenai tujuan pembicara. Batang tubuh merupakan bagian isi dari pidato yang mencakup argumen, contoh dan detil penting untuk menyampaikan suatu pemikiran.

Penutup atau *epilog* merupakan bagian kesimpulan isi pidato yang ditujukan untuk merangkum poin-poin penting yang telah disampaikan pembicara dan untuk menggugah emosi khalayak.

(1) *Style*

Gaya merupakan kanon retorika yang mencakup penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide-ide di dalam sebuah penyampaian gagasan atau pidato. Dalam penggunaan bahasa harus menghindari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



glos (kata-kata yang sudah kuno dalam pidato), akan tetapi lebih dianjurkan menggunakan metafora (majas yang membantu untuk membuat hal yang tidak jelas menjadi lebih mudah dipahami). Penggunaan gaya memastikan bahwa suatu pidato dapat diingat idenya dari pembicara.

Kalimat menurut Aristoteles yang dikutip oleh Blair (dalam Maarif 2015:92) adalah “sebentuk ungkapan yang punya awal dan akhir, serta dapat dipahami sebagai satu kesatuan”. Satu kalimat pada hakikatnya merupakan satu gagasan yang ditulis atau diucapkan dalam satu titik. Satu kalimat tersebut dapat berdiri sendiri dengan satu pengertian meskipun masih diperlukan penjabaran lebih lanjut dari kalimat berikutnya.

Maarif (2015:103) menyatakan bahwa gaya bahasa merupakan momen mengungkapkan data secara bergaya. Dasarnya tentu saja dari kata dan kalimat yang dibuat jelas, sempurna dan berestetika. Kejelasan kata diukur dari kejernihan, kelayakan dan ketepatannya. Parameter kesempurnaan kalimat terdapat pada kejelasan, ketepatan, kepaduan, kekuatan, dan harmoninya.

Maarif (2015:103) juga menyatakan bahwa unsur Bahasa itu akan lebih kuat memunculkan gaya retorika jika ditopang oleh perhatian atas unsur-unsur bahasa, yaitu meniru gaya tokoh tertentu dan mencocokkan retorika dengan objek yang dibahas, hadirin yang dihadapi, dan tujuan yang hendak dicapai. Bila mengindahkan unsur-unsur bahasa dan non bahasa tersebut secara baik, keindahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



retorika akan muncul dan gaya bahasa termanifestasikan dengan baik.

(2) *Delivery*

Penyampaian adalah kanon retorika yang merujuk pada presentasi nonverbal dari ide-ide pembicara. Penyampaian biasanya mencakup beberapa perilaku seperti kontak mata, tanda vokal, ejaan, kejelasan pengucapan, dialek, gerak tubuh, dan penampilan fisik. Penyampaian yang efektif mendukung kata-kata pembicara dan membantu mengurangi ketegangan pembicara.

Sedangkan dalam catatan Gilbert Austin pada buku disebutkan bahwa mengemukakan pidato yang baik sedikitnya memerlukan tiga hal: pengaturan suara (*voice*), ekspresi raut muka (*countenance*), dan gerak tubuh (*gesture*) yang tepat.

Maarif (2015:127) menyatakan bahwa idealnya suara orator itu jelas, enak didengar, tidak aneh, pas bervariasi, fleksibel, lantang, berjangkauan luas, dan mantap. Raut muka orator sekiranya memancarkan kebaikan dan sesuai dengan konteks pembicaraannya. Gerak tubuh orator pun seharusnya diatur sedemikian rupa supaya mencapai kualitas-kualitas yang ideal, yaitu cemerlang, anggun, sopan, sederhana, bertenaga, dan tepat.

(3) *Memory*

Ingatan adalah kanon retorika yang merujuk pada usaha-usaha pembicara untuk menyimpan informasi untuk sebuah pidato. Dengan ingatan, seseorang pembicara dapat mengetahui apa saja yang akan dikatakan dan kapan mengatakannya, meredakan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ketegangan pembicara dan memungkinkan pembicara untuk merespons hal-hal yang tidak terduga.

Maarif (2015:105) menyatakan bahwa *memory* merupakan senjata orator untuk mengingat apa yang hendak disampaikan. Ingatan itu penting terutama dalam orasi tanpa teks. Orator perlu mengingat poin-poin yang hendak disampaikan berikut argumentasinya. Tanpa ingatan yang baik, orator tanpa teks tidak dapat berbicara dengan lancar.

3. Video Blog

Menurut Badgley (2015, diakses 2 Maret 2017), hiburan saat ini yang menjadi kebiasaan umum adalah video *blog*. Setiap orang dapat menjadi *director* di dalam video masing-masing. Populer dengan nama *vlog*, biasanya isi dari video tersebut mengenai cerita sehari-hari. Tidak hanya sebagai media, *vlog* juga dapat menghasilkan keuntungan.

Menurut Badgley (2015, diakses Maret 2017), membuat video iklan mengenai produk dan menghubungkannya dengan banyak situs langsung, dapat memberikan penghasilan melalui cara yang cepat. Youtube dapat menjadi contoh yang tepat untuk berbagai *vlog* yang diunggah setiap harinya. Banyak orang mengunggah aktivitas mereka baik yang masuk akal ataupun tidak sama sekali. Setiap orang dapat belajar dari *vlog* tersebut atau justru sebaliknya. Para pembuat video pada situs Youtube dinamakan *vlogger*.

Dikutip dari kompasiana.com (2016, diakses 2 Maret 2017), *Vlogger* merupakan sebutan bagi kreator atau seorang pembuat video *blog* yang





pada umumnya menceritakan kegiatan sehari-hari mereka yang kemudian akan diunggah pada situs Youtube.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B. Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun skripsi ini sehingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang retorika, yaitu:

1. **Penelitian oleh Nicki Hardyanti / Universitas Sumatra Utara pada tahun 2012 yang berjudul “Analisis Retorika dalam Kampanye PEMILUKADA DKI Jakarta 2012 (Studi Kualitatif Analisis Retorika Jokowi-Ahok dalam Debat Kampanye Pemilukada DKI Jakarta 2012)”**

Penelitian ini meneliti mengenai retorika yang digunakan kandidat calon Gubernur “Jokowi-Ahok” pada video rekaman debat kampanye DKI Jakarta 2012. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisis retorika kandidat calon Gubernur “Jokowi-Ahok” menggunakan teori yang dianggap relevan yaitu *public speaking* dan kampanye politik. Objek dalam penelitian ini adalah video debat Kampanye Pemilukada DKI Jakarta 2012 yang diselenggarakan oleh stasiun televisi swasta yaitu, Metro TV, Jak TV, dan TV One.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Jokowi dan Ahok pada debat kampanye pemilukada DKI Jakarta 2012 memahami dan menerapkan elemen-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



elemen penting dalam membangun keberhasilan sebuah retorika. Dari penelitian yang didapat, Jokowi dan Ahok berhasil menerapkan aplikasi dari teori ilmu retorika yang berpendapat bahwa ada tiga jenis pendekatan untuk keberhasilan dalam mempersuasi audiens yakni *logos*, *pathos*, dan *ethos*.

2. Penelitian oleh Arik Fajar Cahyono / Universitas Jember pada tahun 2012 yang berjudul “Retorika Bahasa Motivasi dalam Acara Mario Teguh Golden Ways di Metro TV”

Penelitian ini meneliti mengenai Retorika Bahasa Motivasi Mario Teguh dalam acara Golden Ways di Metro TV. Penelitian ini membahas pentingnya pilihan kata dan pilihan gerak oleh seorang motivator dalam memotivasi yang memiliki pengaruh penting karena setiap pemilihan kata dan gerak diusahakan mampu menciptakan suasana kebersamaan yang dialogis yaitu penciptaan suasana emosional yang terkendali sehingga menjadi kekuatan pengikat antara motivator dengan pemirsa.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah acara Mario Teguh Golden Ways di Metro TV mempunyai tujuan membuat orang lain merasa penting, mengendalikan tindakan dan sikap orang lain, menciptakan kesan yang baik, menarik orang dengan penerimaan, persetujuan, dan apresiasi, mendengarkan, membuat orang sependapat, memberi pujian, dan mengkritik orang lain tanpa menyakiti hati mereka.

3. Penelitian oleh Heru Ricky / Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada Tahun 2014 yang berjudul Perbandingan Retorika Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam Debat Calon Presiden 2014 (Kasus Retorika Debat Calon Presiden 2014 Mengenai Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini meneliti mengenai perbandingan retorika Prabowo Subianto

dengan Joko Widodo dengan memperkenalkan perbandingan retorika antar calon Presiden dengan menggunakan pendekatan yang berbeda pada video debat dengan tema “Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial” dengan mengolah data menggunakan teori retorika aristoteles agar dapat memahami mengenai *ethos*, *pathos*, dan *logos* serta kanon retorikanya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam beretorika antara Prabowo dan Jokowi yaitu: a) *Ethos* dari Prabowo terlihat keras, tegas, berwibawa, sedangkan Jokowi terlihat sederhana, bekerja keras, dan penyebar; b) *Pathos* dari Prabowo menekankan kepada data yang ia dapat dari ketua KPK, sedangkan Jokowi dengan pengalamannya ‘blusukan’ untuk menarik perhatian dari khalayaknya; c) *Logos* dari Prabowo tetap menggunakan pendapat mengenai kebocoran kekayaan Negara untuk semakin memperkuat buktinya, pada akhirnya hal tersebut terlalu berlebihan, sedangkan Jokowi tetap memberikan bukti logis berdasarkan pengalamannya.

Kanon retorika antara kedua calon presiden ini pun juga tidak sama, tetapi tujuan mereka hanya satu, mendapatkan suara atau perhatian dari masyarakat Indonesia.

C Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran “Retorika Video *Blogger* Rachel Goddard pada Video 18 Tips Kecantikan (*Beauty Hacks*) dan *Make Up* untuk Pemula” dapat dijabarkan sebagai berikut:

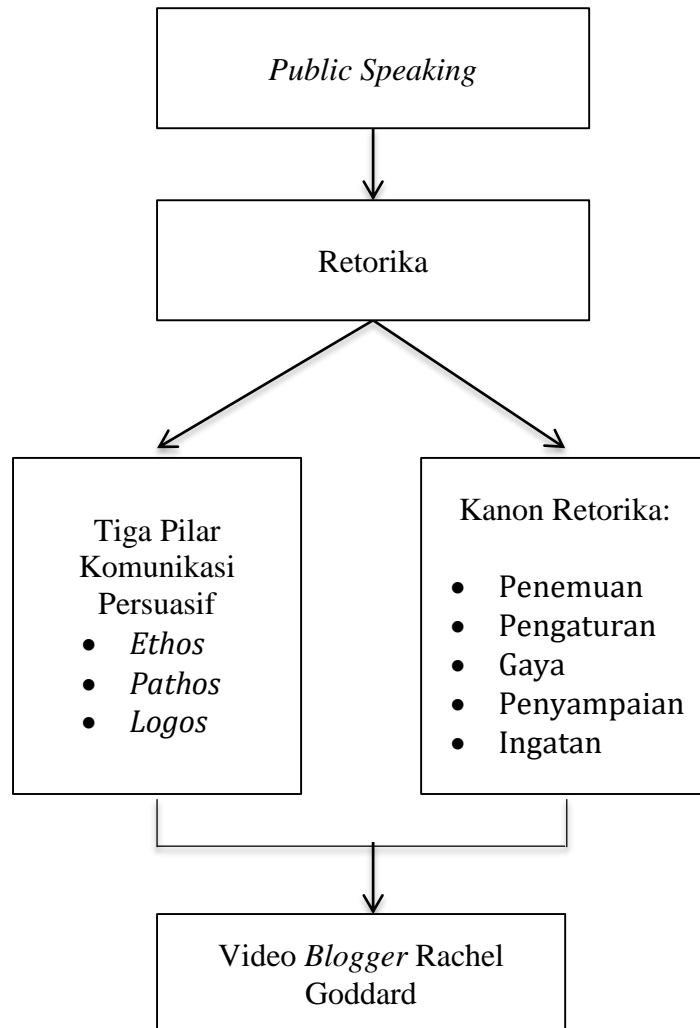
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Public Speaking merupakan komunikasi yang dilakukan secara lisan mengenai topik tertentu di hadapan banyak orang dengan tujuan mempengaruhi, mengajak, mendidik, mengubah opini, penjelasan, dan memberikan informasi kepada masyarakat di tempat tertentu (Gunadi dalam Angriadi 2013, diakses 6 Maret 2017). Seiring berjalannya waktu, definisi *public speaking* berkembang mengikuti perkembangan zaman. Konteks *public speaking* berurai menjadi banyak macam, diantaranya retorika.



Aristoteles (dalam Lucas 2009:103) mendefinisikan bahwa retorika adalah mencari segala cara yang tersedia untuk tujuan persuasi. Sehingga terbagi kanon retorika menjadi lima bagian: penemuan, pengaturan, gaya, memori, dan penyampaian. Kontribusi retorik utama Aristoteles adalah gagasan bahwa adanya 3 pilar komunikasi persuasif yaitu: *ethos* (bukti etika), *logos* (bukti logis), dan *pathos* (emosional).

Hal inilah yang menarik untuk ditelaah karena 3 pilar komunikasi persuasif dan kanon retorika ini membantu mempersuasi khalayak untuk mau mengikuti semua video yang diunggah pada situs Youtube. *Vlog* pada media sosial Youtube termasuk salah satu bentuk retorika moderen, yakni *vlogger* dalam *vlog* menyiarkan aktivitas yang dikemas dalam bentuk cerita dan merupakan bagian dari *Public Speaking*.

Aristoteles juga mendefinisikan bahwa retorika adalah penemuan cara yang tersedia untuk tujuan persuasi, dalam hal ini membujuk khalayak untuk mengikuti saluran pribadi dalam situs Youtube. Banyak sekali kreator dalam situs Youtube yang mengunggah video berisikan kegiatan sehari-hari yang dianggap seru untuk ditonton oleh khalayak umum. Rachel Goddard merupakan salah satu kreator pembuat *vlog* dengan kontennya yang lucu, unik, dan apa adanya.

Setiap kata yang ada dalam *vlog* Rachel termasuk dalam ragam lisan yang berupa ulasan atau cerita monolog. Ulasan tersebut merupakan komunikasi satu arah yang dilakukan seorang *vlogger*. Penonton yang ada merupakan penonton bayangan atau *imagined audience* yaitu para pelanggan yang mengikuti video yang diunggah melalui situs Youtube.