

# TEORI DAN PRAKTEK PUBLIC SPEAKING

(Perspektif Agama dan Budaya)



Nirwana, M.Pd

Waode Suryadarmadali Manginda, M.Hum.

**TEORI DAN PRAKTEK**  
***PUBLIC SPEAKING***  
**(PERSPEKTIF AGAMA DAN BUDAYA)**

**NIRWANA, M.Pd.**  
**WAODE SURYA DARMADALI MANGINDA, M.HUM.**

**Editor:**

**Muhlis, M.Sos.I.**  
**Ahmad, M.Litt.**  
**Sandra Dewi Dahlan, M.A.**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini ke dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

All Rights Reserved

## **TEORI DAN PRAKTEK *PUBLIC SPEAKING***

(PERSPEKTIF AGAMA DAN BUDAYA)

Penulis:

Nirwana, M. Pd. dan Waode Surya Darmadali Manginda,  
M.Hum.

Editor:

Muhlis M. Sos.I, Ahmad M. Litt., dan Sandra Dewi Dahlan. M.A.

Desain Layout:

Zaenal Abidin

Cetakan I: 2020

ix + 164 hlm.; 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-602-328-265-4

**Alauddin University Press**

UPT Perpustakaan UIN Alauddin

Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Romangpolong,

Samata, Kabupaten Gowa

Website: <http://ebooks.uin-alauddin.ac.id/>

# SAMBUTAN REKTOR

## UIN ALAUDDIN MAKASSAR

Puji syukur kepada Allah swt. atas segala nikmat, rahmat, dan berkah-Nya yang tak terbatas. Salawat dan Salam semoga tercurah kepada Rasulullah Muhammad saw.

Di tengah situasi penuh keterbatasan karena pandemi global Covid-19, karya buku “Hadis-hadis Hukum” yang kini hadir di tangan pembaca patut mendapat apresiasi setinggi-tingginya. Apresiasi tersebut diperlukan sebagai bentuk penghargaan kita sebagai pembaca terhadap penulis yang dengan penuh kesungguhan hati, mampu menyelesaikan suatu naskah buku referensi yang berharga bagi khazanah ilmu pengetahuan.

Sebagai Rektor, tentu hal ini merupakan suatu kebanggaan sekaligus kehormatan bagi kami, sebab pada tahun pertama kepemimpinan ini, melalui program **Gerakan Penulisan dan Penerbitan 100 Buku Referensi**, karya ini dapat lahir. Hal ini, selain merupakan manifestasi dari salah satu Pancacita kepemimpinan kami, yakni Publikasi yang Aktif, juga tentu menunjukkan bahwa produktifitas melahirkan karya referensi dan karya akademik harus tetap digalakkan dan disupport demi terciptanya suatu lingkungan akademik yang dinamis dan dipenuhi dengan khazanah keilmuan. Iklim akademik yang demikian itu dapat mendorong kepada hal-hal positif yang dapat memberi dampak kepada seluruh sivitas akademika UIN Alauddin Makassar. Tentu, hal ini juga perlu dilihat sebagai bagian dari proses *upgrading* kapasitas dan *updating* perkembangan ilmu pengetahuan sebagai ruh dari sebuah universitas.

Transformasi keilmuan yang baik dan aktif dalam sebuah lembaga pendidikan seperti UIN Alauddin Makassar adalah kunci bagi suksesnya pembangunan sumber daya manusia dan pengembangan ilmu pengetahuan. Hal ini perlu dibarengi dengan kepemimpinan yang baik, keuletan, sikap akomodatif dan kolektif yang mampu mendorong peningkatan kapasitas

dan kreatifitas sumber daya, dan menciptakan inovasi yang kontinu guna menjawab setiap tantangan zaman yang semakin kompleks. Apalagi, di tengah kemajuan pada bidang teknologi informasi yang kian pesat dewasa ini, hal-hal tersebut bukanlah sesuatu yang sulit diwujudkan. Semua berpulang pada tekad yang kuat dan usaha maksimal kita untuk merealisasikannya.

Karya ilmiah berupa buku referensi akan menjadi memori sekaligus *legacy* bagi penulisnya di masa datang. UIN Alauddin Makassar sebagai salah satu institusi pendidikan yang memiliki *basic core* pengembangan ilmu pengetahuan, memiliki kewajiban untuk terus menerus memproduksi ilmu pengetahuan dengan menghasilkan karya ilmiah dan penelitian yang berkualitas sebagai kontribusinya terhadap kesejahteraan umat manusia.

Semoga ikhtiar para penulis yang berhasil meluncurkan karya intelektual ini dapat menjadi sumbangsih yang bermanfaat bagi pembangunan sumber daya manusia dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkualitas, berkarakter, dan berdaya saing demi kemajuan peradaban bangsa.

Hanya kepada Allah jugalah kita berserah diri atas segala usaha dan urusan kita. Semoga Allah swt senantiasa merahmati, memberkahi, dan menunjukkan jalan-Nya yang lurus untuk kita semua. *Amin...*

Makassar, 17 Agustus 2020

Prof. H. Hamdan Juhannis, M.A., Ph.D.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, Puji syukur kepada Allah swt. atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kesempatan serta berkah yang luar biasa di tengah pandemi korona ini, sehingga penulisan buku referensi yang berjudul “**Teori dan Praktek *Public Speaking* (Perspektif Agama dan Budaya)**” dapat diselesaikan sesuai dengan target waktunya. Salawat dan Salam kami kirimkan kepada baginda Nabi Muhammad saw. sebagai sebagai sosok manusia sempurna yang senantiasa menjadi panutan dalam segala aktifitas kehidupan kita sebagai muslim. Termasuk dalam buku ini juga banyak bercerita tentang sosok Nabi Muhammad dalam kaitannya dengan praktek *public speaking*.

Buku tentang *public speaking* ini mencoba menyajikan konsep dan teori *public speaking* dalam kehidupan sehari-hari dengan perspektif agama dan budaya. *Public speaking* telah menjadi tren komunikasi global, agama-agama, dan budaya di seluruh dunia dengan mejadikan *public speaking* sebagai model komunikasi utama. Oleh karena itu tentu sangat penting untuk bisa memahami secara mendalam bagaimana teori hingga praktek *public speaking* dalam konteks budaya dan agama yang berbeda yang tidak bisa dihindari dalam interaksi harian masyarakat kita. Faktanya, pluralitas agama dan budaya masih dianggap sebagai ancaman. Berdasarkan fakta di lapangan, akar penyebab konflik antara satu dengan yang lain memang tidaklah sama, namun kebanyakan konflik yang terjadi disebabkan karena kesalahpahaman komunikasi dalam berbagai isu, misalnya, kesenjangan ekonomi, perseteruan politik, atau kontestasi pemeluk agama dan perbedaan budaya, maka dalam buku ini banyak membahas bagaimana *public speaking* harus menjadi media untuk mempromosikan moderasi beragama dan berbudaya. Meskipun dalam buku ini lebih banyak menyajikan berbagai contoh konsep dan praktek *public speaking* dalam Islam, mengingat buku referensi ini akan banyak dijadikan rujukan oleh mahasiswa di lingkup

perguruan tinggi Islam, namun secara umum juga melampirkan konsep dari agama dan budaya lain sebagai sebuah perbandingan.

Penulis tentu ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada tim panitia pelaksana Penulisan dan Penerbitan 100 Buku Referensi yang dengan totalitas penuh memberikan arahan dan informasi yang sangat membantu selesainya penulisan buku ini. Atas dedikasi tim panitia pelaksana dalam mengedit, mencetak, dan menerbitkan serta mengurus seluruh kelengkapan administrasi sampai selesainya buku ini secara sempurna. Kami dari penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga segala kebaikan dan semangat kerjanya mendapatkan balasan terbaik dari Allah swt.

Terakhir, meski telah dirancang dan ditulis dengan sangat hati-hati dan mempertimbangkan berbagai referensi serta melewati proses review dari tim seleksi yang ketat, sebagai manusia biasa yang masih harus banyak belajar, penulis tentu menyadari akan adanya kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan buku ini, baik dalam muatan ilmiahnya maupun format penulisan, dan lain sebagainya. Olehnya itu, Penulis akan dengan senang hati menerima masukan dan saran serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak, khususnya dari para pakar dan profesional yang memiliki kapasitas dan pengalaman akademik yang berkaitan dengan hal-hal yang dibahas dalam buku ini. Begitupun tanggapan serta saran dari kolega dan pembaca sekalian yang peduli terhadap konsep dan metodologi penulisan dari buku ini, baik untuk revisi maupun cetakan selanjutnya. *Wassalam.*

Makassar, 13 Agustus 2020

**Nirwana & Waode SDM**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENGANTAR <i>PUBLIC SPEAKING</i>.....</b>	<b>1</b>
a. <i>Filosofi Public Speaking</i> dalam berbagai Agama .....	1
b. <i>Definisi Public Speaking</i> .....	3
c. <i>Elemen Dasar Public Speaking</i> .....	6
d. <i>Public Speaking</i> dalam pluralitas agama dan budaya	9
<b>BAB II ETIKA <i>PUBLIC SPEAKING</i>.....</b>	<b>12</b>
a. <i>Piramida Etika</i> .....	12
b. <i>Etika Public Speaking</i> dalam agama Islam .....	15
c. <i>Etika Public Speaking</i> menurut <i>NCA Credo</i> .....	22
<b>BAB III KEKUATAN <i>PUBLIC SPEAKING</i>.....</b>	<b>29</b>
a. <i>Kekuatan Public Speaking</i> .....	29
b. <i>Keutamaan Public Speaking</i> .....	33
c. <i>Hukum Public Speaking</i> .....	40
<b>BAB IV BERPIKIR KRITIS <i>DAN PUBLIC SPEAKING</i> .....</b>	<b>44</b>
a. <i>Pengertian Berpikir Kritis</i> .....	47
b. <i>Berpikir Kritis</i> dalam Islam .....	50
c. <i>Hubungan berpikir kritis dan Public Speaking</i> .....	52
<b>BAB V MENYIAPKAN <i>PUBLIC SPEAKING</i> .....</b>	<b>55</b>
a. <i>Memperjelas tujuan dan jenis public speaking</i> .....	55
b. <i>Menganalisis Audiens</i> .....	56
c. <i>Menentukan Topik</i> .....	64
<b>BAB VI PRESENTASI DENGAN ALAT PERAGA VISUAL.....</b>	<b>67</b>
a. <i>Jenis Alat Peraga Visual</i> .....	67
b. <i>Panduan Menggunakan alat peraga visual</i> .....	80
<b>BAB VII MENYAMPAIKAN PRESENTASI .....</b>	<b>83</b>
a. <i>Pengertian Presentasi yang Baik</i> .....	83
b. <i>Metode dalam menyampaikan Presentasi</i> .....	85
c. <i>Teknik Vokal, Verbal dan Visual dalam Presentasi</i> ....	90
d. <i>Praktek Public Speaking</i> .....	94
<b>BAB VIII BENTUK - BENTUK <i>PUBLIC SPEAKING</i> .....</b>	<b>96</b>
a. <i>Public Speaking</i> Informatif .....	96
b. <i>Public Speaking</i> Persuasif .....	104
c. <i>Public Speaking</i> untuk tujuan tertentu .....	115
d. <i>Public Speaking</i> untuk Komunikasi kelompok .....	119

e. Public speaking dengan mengguakan media .....	125
<b>BAB IX KONSEP DAN <i>PRAKTEK PUBLIC SPEAKING</i> DALAM</b>	
<b>ISLAM .....</b>	<b>131</b>
a. Metode <i>Public Speaking dalam Islam</i> .....	139
b. Praktek <i>Public Speaking</i> ala Nabi Muhammad saw. .....	143
<b>BAB X FORMAT <i>PUBLIC SPEAKING</i>.....</b>	<b>144</b>
a. Menentukan ide .....	144
b. Menentukan ide Pendukung .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>154</b>



# BAB I

## PENGANTAR *PUBLIC SPEAKING*

### a. *Filosofi Public Speaking* dari berbagai Agama

**P**ublic Speaking telah lama dikenal dalam sejarah peradaban manusia, ratusan tahun sebelum masehi di peradaban Yunani *Public Speaking* dikenal dengan istilah "retorika". Para filosof terkemuka dunia seperti Socrates, Plato, dan Aristoteles adalah deretan tokoh – tokoh yang terkenal dengan tehnik retorikanya. Aristoteles merupakan salah satu tokoh yang paling dikenal dalam kajian retorika karena bukunya yang berjudul " *De Arte Rhetorica*" dia menemukan bahwa dibutuhkan retorika untuk membujuk dan menggerakkan masyarakat agar mau melakukan sesuatu. Seiring perkembangan zaman, istilah retorika saat ini menjadi kajian tersendiri dengan nama *public speaking* atau *public communication* atau *public speech* sebagai bagian dari ilmu komunikasi yang dipelajari dan diteliti secara ilmiah. Namun dikalangan masyarakat umum lebih dikenal dengan pidato.



Public speaking juga turut mewarnai sejarah peradaban Islam salah satu metode yang di pakai oleh para Nabi dalam mengajak ummatnya adalah metode ceramah atau pidato. Nabi Muhammad saw. adalah figure yang tidak tertandingi dalam sejarah *Islamic public speaking*. Salah satu alasan mengapa Nabi Muhammad saw. menduduki urutan pertama dalam daftar 100 orang paling berpengaruh di dunia dalam buku “100 orang paling berpengaruh di dunia” yang ditulis oleh Michael H. Hart disebabkan karena kepiawaiannya dalam mengajak dan memengaruhi pemikiran manusia untuk berubah dalam waktu yang sangat cepat salah satunya dengan metode ceramah/pidato. Muhamad saw. adalah sosok yang tangguh, berkarakter dan sangat luar biasa. Setiap kali berpidato, memotivasi, berkomunikasi dan berinteraksi, beliau mampu memukau audiennya.<sup>1</sup>

Dalam Islam public speaking adalah salah satu metode dakwah yang dipakai oleh banyak juru dakwah dalam menyampaikan ajaran – ajaran Islam. Hal ini juga terdapat al-Qur’an Surat an-Nahl Ayat 125.

آدُعْ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”<sup>2</sup>

Ayat ini menjelaskan bagaimana etika seorang muslim ketika menyampaikan atau menyerukan sesuatu yakni disampaikan dengan cara yang baik. Cara yang baik tentunya mencakup beberapa hal yakni, apa yang disampaikan adalah

---

<sup>1</sup>Ilahi, Wahyu, Review Buku: Islamic Public Speaking; a Powerful Secret for Powerful Muslim Public Speaker. *Jurnal Komunikasi Islam* | Volume 3, Nomor 01, Juni 2013.

<sup>2</sup>Tafsir Web, <https://tafsirweb.com/4473-quran-surat-an-nahl-ayat-125.html>. Diakses 28 juni, 2020



baik dan dengan metode yang dapat diterima oleh pendengar. Dalam hal ini menjadi tehnik dasar dalam ilmu retorika yang hari ini dikenal dengan istilah *Public Speaking*.

Sama halnya dengan deretan tokoh – tokoh agama lain dalam sejarah peradaban manusia di berbagai belahan dunia. Kepiawaian *public speaking* adalah salah satu hal yang membuat mereka mampu menciptakan sejarah dalam mempengaruhi orang lain. Pada agama Nasrani kita mengenal Yesus dalam Islam dikenal dengan sebutan Nabi Isa yang sudah tidak diragukan lagi dan juga termasuk dalam deretan orang berpengaruh di dunia, kepiawaiannya dalam ilmu retorika serta menjadi teladan yang baik menjadikan para pengikutnya memiliki loyalitas yang tinggi. Gautama Buddha berhasil mengajak pengikutnya dengan menyebarkan ajaran – ajaran dasar kehidupan dari India hingga China, tentu dalam mengajarkan agamanya Buddha menyampaikan dengan retorika yang baik sehingga berhasil mendapatkan pengikut yang tidak sedikit jumlahnya. Kong Hu Cu yang hidup pada masa yang sama dengan Buddha juga sangat terkenal dengan ajaran filosofi hidup menyangkut moralitas dan konsepsi suatu pemerintahan tentang cara-cara melayani rakyat dan memerintahnya lewat tingkah laku teladantelah menjadi acuan sebagian besar penduduk dunia hingga saat ini.

### **b. Definisi *Public Speaking***

Secara Bahasa, kata *public* berasal dari bahasa Inggris yang berarti “masyarakat umum” sedangkan *speaking* adalah berbicara atau berpidato.<sup>3</sup> Jika merujuk pada akar sejarahnya *public speaking* lebih dikenal dengan sebutan retorika atau dalam bahasa Inggris *rhetoric yang* bersumber dari bahasa Yunani *rhet* yang berarti orang terampil dan tangkas dalam berbicara. Seiring perkembangannya pengetahuan retorika berkembang meliputi kemahiran, melahirkan suatu gagasan, ide, serta kelancaran berbicara dan kepiawaian

---

<sup>3</sup>Jhon M. Echols & Hasan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia).



memengaruhi orang lain dengan susunan kata – kata yang menarik, ataupun kreasi dan improvisasi. Emm Griffin seorang penulis buku mengenai *public speaking* menguraikan bahwa retorika adalah suatu kemampuan seseorang dalam setiap kondisi yang digunakan untuk mempengaruhi. Dalam praktiknya Retorika sering digunakan untuk mengambil keputusan dalam argumen, debat legislatif, rapat politik, khotbah agama dan sambutan dalam perayaan spesial.<sup>4</sup>

Sebagaimana yang telah diuraikan diatas, bahwa dalam konteks hari ini, retorika lebih dikenal dengan istilah *public speaking* istilah ini terkait dengan kemajuan ilmu komunikasi yang cepat dan dinamis. *Public speaking* merupakan pola komunikasi lisan seperti presentasi, ceramah, pidato atau jenis bicara di depan umum lainnya untuk menyampaikan sebuah ide, gagasan, pikiran, dan perasaan secara runtut, sistematis, dan logis dengan tujuan memberikan sebuah informasi, memengaruhi bahkan menghibur para audiens.<sup>5</sup>Sumber lain menjelaskan bahwa *Public speaking* adalah pengetahuan atau ilmu berbicara di depan umum, berani berbicara di depan publik atau sejumlah orang merupakan kegiatan yang pada dasarnya dilakukan dalam rangka komunikasi. Sedangkan tujuannya adalah menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka mengikuti kehendak kita.<sup>6</sup>

*Public Speaking* juga di definisikan oleh Jason S. Wrenc, dalam uraiannya dia menjelaskan bahwa *Public speaking* adalah proses dari penyampaian dan pengiriman sebuah pesan kepada audien. Agar hal ini menjadi efektif maka

---

<sup>4</sup>Em Griffin, *Communication A First Loka at Communication Theory*, (New York: McGraw Hill, 2012), h. 288.

<sup>5</sup>Aisyah, St. Public Speaking dan kontribusinya terhadap kompetensi da'i. *Jurnal Ilmu Dakwah*, [Vol 37, No 2 \(2017\)](#) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang

<sup>6</sup>Aan Mohamad Burhanudin, Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Jurusan KPI IAIN Syekh Nurjati: Problematika Dan Solusinya. *Orasi, Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol 7, No 2 (2016). IAIN Syekh Nurjati.Cirebon



seorang pembicara harus melibatkan diri dengan pemahaman audien dan tujuan pembicaraan, memilih topik dasar yang sesuai dengan latar belakang audiens, serta mampu mengirimkan pesan dengan improvisasi yang baik.<sup>7</sup> Memberanikan berbicara di depan umum artinya siap menyampaikan pesan kepada orang-orang yang latar belakangnya berbeda. Seorang pembicara publik harus pandai melakukan berbagai tugas sekaligus. Ia harus bisa menyampaikan informasi, menghibur, dan meyakinkan pendengarnya. Tanpa ilmu pengetahuan, informasi yang disampaikan bisa salah. Tanpa kemampuan mengingat cerita lucu dalam urutan yang betul, maka pembicara tidak akan bisa menghibur pendengar.

Dari beberapa uraian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa *Public speaking* adalah proses penyampaian informasi atau pesan tertentu kepada kelompok atau perorangan dengan tujuan untuk menstimulasi mereka untuk melakukan atau mengikuti sesuatu. Public speaker yang baik memahami bahwa mereka harus merencanakan, mengatur serta menformulasikan materinya agar dapat diterima dengan baik oleh pendengar. Keterampilan public speaking tidak hanya diperuntukkan untuk orang tertentu tetapi secara general akan sangat bermanfaat dalam berbagai disiplin ilmu dan pekerjaan.

*“Public speaking is universally applicable to all types of majors and occupations and is seen by U.S. employers as a critical employability skill for job seekers (Rockler-Gladen, 2009)”<sup>8</sup>*

Jadi, apapun profesi, ambisi dan ketertarikan seseorang, meningkatkan kemampuan berbicara di depan

---

<sup>7</sup>Jason S. Wrenc, *Public speaking Practice and Ethics*, (New York: Unnamed Publisher, 2012), h. 8.

<sup>8</sup>Rockler-Gladen, N. Job skills that every college student needs: Writing, speaking, professionalism, and other important knowledge. *Suite 101.com*. Retrieved from [http://studyskills.suite101.com/article.cfm/job\\_skills\\_that\\_every\\_college\\_student\\_needs](http://studyskills.suite101.com/article.cfm/job_skills_that_every_college_student_needs). (1 Agustus 2020)



umum akan sangat bermanfaat secara personal maupun secara umum dalam kehidupan sehari – hari.

### c. Elemen Dasar *Public Speaking*

Elemen dasar public speaking merujuk pada konsep dasar komunikasi secara umum yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Lasswell ada 5 konsep dasar komunikasi yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), medium, pendengar atau khalayak (*audiens*), dan efek<sup>9</sup>. Elemen dasar ini bisa di ilustrasikan sebagai berikut.

Gambar 1.1. Elemen dasar komunikasi Lasswell

## Lasswell's Model



**Who:** elemen ini merujuk kepada seseorang yang memainkan peran sebagai *speaker/source/sender* dalam proses komunikasi. Pihak inilah yang memiliki kepentingan tertentu dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada pendengar yang bisa berupa perorangan, kelompok atau organisasi yang bertindak sebagai komunikator. **What:** dalam model komunikasi Lasswell, elemen kedua adalah *what*, hal ini terkait dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada pendengar atau komunikan. Pesan yang disampaikan bisa berupa bentuk verbal maupun nonverbal yang mewakili ide, gagasan, perasaan dan keinginan dari komunikator tadi. **In which/channel:** element ini adalah elemen penentu sampainya sebuah informasi/pesan kepada komunikan. Channel adalah media yang dipakai untuk menyampaikan pesan baik secara tatap muka (*face to face*) maupun melalui media elektronik atau

---

<sup>9</sup>Aisyah, St. op.cit. *Public Speaking dan kontribusinya terhadap kompetensi da'ir* Jurnal Ilmu Dakwah, [Vol 37, No 2 \(2017\)](#) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang



cetak seperti radio atau koran. Dalam public speaking kesalahan memilih media dapat memengaruhi hasil komunikasi yang diharapkan. **Whom/Audien:** elemen ini adalah siapa yang menerima pesan dari yang disampaikan. Sama halnya dengan komunikator, *whom* juga bisa merujuk kepada perorangan, kelompok atau organisasi bahkan negara. **Effect/Result:** dalam menyampaikan pesan atau informasi pasti ada tujuan dan hasil yang ingin dicapai inilah yang disebut element effect dalam kajian komunikasi. Hasil itu bisa berupa perubahan sikap dan pengetahuan pendengar setelah mendapatkan informasi yang disampaikan.

Pemahaman terhadap Elemen dasar *public speaking* berkaitan erat dengan proses transaksional dalam komunikasi yang secara lebih luas juga dikemukakan oleh Barnlund's (2008) dalam bukunya *a transactional of communication*. Dijelaskan bahwa salah satu cara yang paling ampuh untuk memahami public speaking adalah dengan memahami proses transaksional dalam komunikasi yang dibagi dalam beberapa bagian yakni proses menyandi pesan dan menguarai mengurai sandi (*coding and decoding*), komunikator (pembicara dan pendengar), pesan, media (*channel*). Dan secara tidak langsung Barlund juga menambahkan beberapa elemen lain sebagai bagian dari proses transaksional dalam berkomunikasi yang juga berlaku dalam public speaking, hal lai tersebut adalah kebisingan (*noise*) dan konteks.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Barnlund, D. C. (2008). *A transactional model of communication*. In. C. D. Mortensen (Eds.) *Communication theory (2nd Ed)*, pp. 47-57. New Brunswick, New Jersey: Transaction.



Gambar 1.2. Proses terjadinya komunikasi



Pada saat pembicara merancang dan mengorganisir apa yang akan disampaikan itu disebut dengan ***coding***, lalu ketika pendengar memproses dan memahami apa yang di dengar itu disebut dengan ***decoding***. Apa yang disampaikan oleh pembicara disebut dengan pesan (***message***) dan Pada saat pendengar menerima pesan (***message***) mereka akan mengelola apa yang didengar dan mengkonstektualisasikan dengan pengalaman mereka lalu memberikan respon (***feedback***) baik secara verbal maupun nonverbal. Media (***channel***) merujuk kepada media yang dipakai oleh pembicara pada saat menyampaikan pesan, bisa secara langsung, melalui telepon atau televisi dan media lainnya.

Elemen lain yang juga menjadi bagian dari proses komunikasi adalah kebisingan (***Noise***) hal ini mengacu pada gangguan yang kemungkinan terjadi pada saat proses pengiriman pesan dari pembicara kepada. Ada beberapa jenis kebisingan. Jenis kebisingan pertama adalah kebisingan fisiologis, dan ini mengacu pada proses dan keadaan tubuh yang mengganggu. Misalnya, jika pembicara menderita sakit kepala atau flu, atau jika ada anggota audiens panas atau lapar kondisi ini dapat mengganggu akurasi pesan. Jenis kebisingan kedua adalah kebisingan psikologis. Suara psikologis mengacu pada kondisi mental atau keadaan emosional yang menghambat pengiriman atau penerimaan pesan. Elemen terakhir dari proses komunikasi adalah



konteks (*context*) di mana pidato atau interaksi terjadi. Dalam konteks tahun 1980 adalah diajarkan sebagai pengaturan fisik aktual di mana komunikasi terjadi, seperti di tempat ibadah, apartemen, tempat kerja, berisik restoran, atau toko kelontong. Orang berkomunikasi berbeda di masing-masing tempat seperti yang ada aturan komunikasi tidak tertulis (disebut norma) yang mengatur pengaturan ini. Baru-baru ini konsep konteks telah berkembang dan diperluas untuk mencakup jenis hubungan yang kita miliki dengan orang lain dan aturan komunikatif yang mengatur hubungan itu. Jadi Anda tidak berbicara dengan cara yang sama kepada sahabat Anda seperti yang Anda lakukan pada anak kecil, orang tua Anda, bos Anda, dokter Anda, atau polisi. Dan Anda dapat berbicara dengan teman terbaik Anda secara berbeda di apartemen Anda daripada Anda melakukannya di rumah orang tua Anda, dan komunikasi Anda juga dapat berubah ketika Anda berada keduanya keluar bersama teman di akhir pekan. Singkatnya, konteksnya merujuk pada norma-norma yang mengatur komunikasi dalam berbagai situasi dan hubungan.

#### **d. *Public Speaking* dalam pluralitas agama dan budaya**

Komunikasi adalah jembatan penghubung dalam interaksi masyarakat. Dinamika komunikasi sangat menentukan keberlangsungan hidup mereka yang selain bisa berimplikasi positif tentu juga bisa berdampak negatif. Hal ini disebabkan karena kecenderungan dasar masyarakat dalam lingkungannya selain hidup damai dan harmonis juga sangat rentang terhadap konflik. Tidak bisa dipungkiri bahwa salah satu pemicu adanya konflik baik itu agama dan budaya di masyarakat adalah cara berkomunikasi satu sama lain. Dalam realitasnya komunikasi yang dibangun oleh individu maupun kelompok cenderung memaksakan kehendak dan memaksakan orang lain untuk ikut dengan budaya dan agama tertentu. Hal ini cenderung terjadi pada mereka yang hidup mayoritas terhadap mereka yang minoritas. Dalam konteks hari ini *public speaking* sudah menjadi model vital komunikasi dalam budaya dan agama diseluruh dunia, oleh



karena itu sangat penting untuk mendiskusikan bagaimana konsep moderasi atau jalan tengah dalam *public speaking* baik itu dalam konteks agama maupun budaya.

Dewasa ini, Pluralitas masih dianggap sebagai ancaman. Berdasarkan fakta dilapangan, akar penyebab konflik antara satu dengan yang lain memang tidaklah sama. Namun kebanyakan konflik yang terjadi disebabkan karena kesalahpahaman komunikasi dalam berbagai isu misalnya, kesenjangan ekonomi, perseteruan politik, atau kontestasi pemeluk agama. Untuk bisa melanggengkan perdamaian, Luc Reyhler mengemukakan teori Arsitektur Perdamaian yang menyebutkan, dalam pengelolaan perbedaan agama dibutuhkan sejumlah syarat yaitu salah satunya adalah adanya saluran komunikasi yang efektif dan harmoni sehingga memungkinkan terjadi proses diskusi, klarifikasi, dan koreksi terhadap penyebaran informasi atau rumor yang berpotensi menimbulkan ketegangan antar kelompok sosial.<sup>11</sup> *Public speaking* adalah salah satu bentuk komunikasi yang sangat populer hari ini, maka penting kiranya untuk mempertimbangkan pluralitas agama dalam menyiapkan konsep *public speaking*.

Dalam konteks multikultural, pembuatan bahan *public speaking* menjadi lebih kompleks dengan meningkatnya keanekaragaman budaya. Bagian dari kompleksitas bermula dari perbedaan bahasa dari budaya ke budaya. Tidak ada yang memisahkan satu budaya dari yang lain lebih dari bahasa. Makna yang melekat pada gerakan, ekspresi wajah, dan sinyal nonverbal lainnya juga bervariasi dari satu budaya ke budaya lain. Bahkan gerakan untuk pesan dasar seperti "halo" dan "selamat tinggal" pun berbasis budaya. Namun yang harus dihindari oleh seorang *public speaker* dalam kaitanya dengan konteks multikultural adalah sikap etnosentrisme.

Etnosentrisme adalah kepercayaan bahwa kelompok atau budaya kita sendiri apa pun itu lebih unggul daripada semua kelompok atau budaya lain. Etnosentrisme adalah

---

<sup>11</sup>Reyhler, Luc. 2006. Ch. Lenges of Peace Research. *International Journal of Peace Studies*, Vol 11, N. 1, Spring/Sumer, 2006.



bagian dari setiap budaya, dan dapat memainkan peran positif dalam menciptakan kebanggaan dan loyalitas kelompok. Tetapi itu juga dapat menyebabkan prasangka dan permusuhan terhadap berbagai kelompok ras, etnis, agama, atau budaya. Untuk menjadi pembicara publik yang efektif di dunia multikultural, Anda harus ingat bahwa semua orang memiliki kepercayaan dan kebiasaan khusus mereka. Menghindari etnosentrisme tidak berarti Anda harus setuju dengan nilai-nilai dan praktik semua kelompok dan budaya.

Saat Anda melakukan *public speaking*, waspadai bagaimana faktor budaya dapat memengaruhi respons pendengar. Cobalah untuk menempatkan diri Anda di tempat mereka dan mendengarkan pesan Anda melalui telinga mereka. Jika ada perbedaan bahasa, hindari kata-kata atau frasa yang dapat menyebabkan kesalahpahaman. Saat meneliti pidato, awasi alat bantu visual dan materi lain yang akan berhubungan dengan berbagai pendengar. Saat menyampaikan pidato, waspadai umpan balik yang mungkin mengindikasikan bahwa audiens kesulitan memahami ide-ide Anda. Bukan hanya pembicara, bagi pendengar, juga penting untuk menghindari etnosentrisme ketika mendengarkan pidato. Ketika Anda mendengarkan pembicara dari latar belakang budaya yang berbeda, waspada terhadap godaan untuk menilai pembicara berdasarkan penampilan atau cara penyampaiannya. Tidak peduli apa latar belakang budaya pembicara, Anda harus mendengarkannya dengan penuh perhatian seperti Anda ingin audiens mendengarkan Anda.





## BAB II

# ETIKA *PUBLIC SPEAKING*

Secara etimologi kata “etika” berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu *Ethos* dan *ethikos*. *Ethos* berarti sifat, watak kebiasaan, tempat yang biasa. *Ethikos* berarti susila, keadaban, kelakuan dan perbuatan yang baik.<sup>12</sup> Istilah moral berasal dari kata Latin yaitu *mores*, yang merupakan bentuk jama dari *mos*, yang berarti adat istiadat atau kebiasaan watak, kelakuan, tabiat, dan cara hidup,<sup>13</sup> sedangkan dalam bahasa Arab kata etika dikenal dengan istilah akhlak, artinya budi pekerti. Adapun dalam bahasa Indonesia disebut tata susila.<sup>14</sup>

### a. Piramida Etika

---

<sup>12</sup> Bagus Lorens. *Kamus Filsafat*, (Jakarta: PT Gramedia pustaka, 2000), h.217

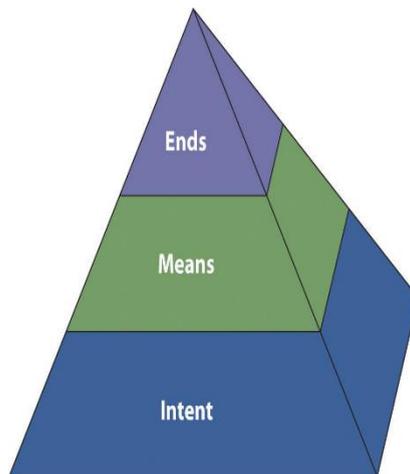
<sup>13</sup> *Ibid*, h. 672.

<sup>14</sup> Hasbullah Bakry. *Sistematika Filsafat*, (Jakarta: Wijaya, 1978), h. 9.



Realitasnya, meski memiliki definisi yang jelas, interpretasi terhadap etika tertentu bisa berbeda-beda, hal ini juga berlaku dalam hal komunikasi, kompleksitas latar belakang yang berbeda baik itu agama, budaya, usia, maupun pekerjaan bisa membuat penafsiran setiap orang berbeda hal ini disut dengan dilema etika. Elspeth Tilley, seorang ahli etika komunikasi publik dari Massey University, mengusulkan pendekatan terstruktur untuk berpikir tentang etika. Piramida etika adalah hal yang tidak terhindarkan dalam proses hubungan masyarakat. Struktur piramida etika Tilley melibatkan tiga konsep dasar: niat, sarana, dan tujuan.<sup>15</sup>

Gambar 2.1 "Piramida Etika"



**Intent (Niat)**, Menurut Tilley, hal pertama yang harus dipertimbangkan ketika akan melakukan sesuatu adalah masalah niat. Untuk menjadi pembicara atau pendengar yang etis, penting untuk memulai dengan niat yang baik. Misalnya, jika seorang *public speaker* memahami bahwa kejujuran

---

<sup>15</sup> Tilley, E. The ethics pyramid: Making ethics unavoidable in the public relations process. *Journal of Mass Media Ethics*, 2005. p. 305-320. (2 Agustus 2020)



adalah etika yang penting, maka anda akan mempersiapkan pernyataan yang benar untuk pendengar. Secara spesifik ada beberapa kondisi yang memang sudah memiliki kode etik tersendiri dalam hal komunikasi, misalnya sekolah, perusahaan, dan tempat lainnya, jika kondisi demikian maka anda cukup menyelaraskan niat dengan kode etik yang sudah ada. Namun ada beberapa kondisi yang tidak memiliki kode etik sendiri, maka anda dapat menerapkan prinsip-prinsip etika umum, seperti apakah suatu perilaku bermanfaat bagi mayoritas atau apakah Anda akan menyetujui perilaku yang sama jika Anda mendengarkan pidato alih-alih menyampaikannya. **Means (sarana)** sarana disini berarti alat atau perilaku yang kami terapkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.<sup>16</sup> Sebagai contoh, Anda ingin teman Anda menghabiskan satu jam untuk meninjau naskah pidato anda sesuai dengan kriteria, seperti kesesuaian audiens, penelitian yang memadai, dukungan kuat terhadap pernyataan, pengenalan dan kesimpulan yang dinamis. **End (hasil)** Bagian terakhir dari piramida etika adalah tujuan atau hasil yang ingin Anda capai. Contoh tujuan mungkin termasuk membujuk audiens Anda untuk membuat untuk partisipasi dalam kegiatan tertentu.

## b. Etika Komunikasi (*Public Speaking*) dalam Islam

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan dasar manusia agar bisa berinteraksi dengan lingkungannya. Perihal komunikasi, Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi etika agar tidak menyebabkan kesalahpahaman antar sesama manusia. Hal ini jelas terdapat dalam kita suci al-Qur'an maupun hadist yang menjadi landasar dasar umat muslim dalam menjalani kehidupan. Ada beberapa etika komunikasi yang terdapat dalam al-Qur'an yang tentu scara lebih spesifik harus diterapkan dalam public speaking.

### 1. *Qawlan Sadidan* (perkataan benar, lurus, jujur)

Seorang pakar Bahasa Arab kuno, Ibn Faris menguraikan bahwa *Qawlan Sadidan* menunjukkan makna

---

<sup>16</sup>McCroskey). *Principles of public speaking*. Indianapolis, IN: The College Network. (2003) p. 112



meruntuhkan sesuatu kemudian memperbaikinya atau dapat pula bermakna istiqamah (konsisten). Selain makna diatas kata dapat pula merujuk pada makna kepaşa sasaran. Apabila Seorang mengungkapkan sesuatu yang benar dan tepat mengenai pada sasarannya, dapat digmabarkan dengan kata *Qawlan sadidan*.<sup>17</sup> Dalam al-Qur'an kata dapat ditemukan 2 kali salah satunya terdapat dalam surah QS. Al-Ahzab/33: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

*"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan perkataan yang benar."*<sup>18</sup>

Makna kata *qaulan sadidan* dalam ayat ini adalah dengan ucapan yang tepat dan bertanggung jawab, yakni ucapan yang tidak bertentangan dengan ajaran agama. Selanjutnya ada dua perintah Allah dalam surah ini: Pertama, perintah agar melakukan ketaatan dan ketaqwaan serta menjauhi larangan-Nya. Kedua, Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman untuk berbicara dengan perkataan yang sopan tidak kurang ajar, perkataan yang benar bukan yang batil.<sup>19</sup> *Qawlan sadidan* juga dijabarkan oleh Jalaluddin Rahmat bahwa kata ini mengandung makna perkataan yang jujur, lurus, tidak berbelit - belit, tidak berbohong apalagi mengandung fakta direkayasa atau dimanipulasi, dan yang paling penting adalah ketegasan dan keberanian dalam menyampaikan kebenaran.<sup>20</sup>

## **2. *Qawlan Baligan* (perkataan yang membekas pada jiwa)**

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang efektif serta dapat meninggalkan kesan yang baik bagi yang mendengarnya. Demikian halnya, Islam juga sangat menganjurkan agar dalam berkomunikasi

---

<sup>17</sup>M. Quraish Shihab. *Tafsir al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasianal-Quran*, Vol. 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 155-356

<sup>18</sup>Tafsir web. <https://tafsirweb.com/7682-quran-surat-al-ahzab-ayat-70.html>. Diakses 28 juni 2020

<sup>19</sup>Wahbah Zuhaily. *Tafsir Munir* (Beirut: Dar al-Fikr 1991), h. 260.

<sup>20</sup>Jalaluddin Rahmat. *Prinsip-Prinsip Komunikasi Menurut al-Quran*, dalam Audentia. Bandung: Pustaka Pelajar, 1993.



mempertimbangkan efisiensi dan tepat sasaran. Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya bahwa Rasulullah saw. dalam menyampaikan ajaran Islam beliau menggunakan bahasa yang singkat tetapi padat, jelas serta mengena dalam hati dan pikiran sekaligus, bahkan Rasul juga terkenal pandai dalam memilih kata – kata yang baik ketika berkhotbah maupun dalam komunikasi sehari-hari.<sup>21</sup> Kata *Qawlan Balighan* terdapat pada dalam al-Qur’an surat An-Nisa’ ayat 63:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ  
قَوْلًا بَلِيغًا

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah swt. mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”<sup>22</sup>*

Kata *baligan* dalam bahasa Arab diartikan mengenai sasaran atau mencapai tujuan, serta bermakna fasih dan jelas maknanya, terang dan tepat mengungkapkannya. Jadi dapat diuraikan kembali bahwa dalam kata *qawlan baligan* terkandung makna agar supaya berbicara secara efektif dan efisien sesuai dengan situasi dan kondisinya, agar pesan yang dikomunikasikan sampai dan dapat diterima dengan baik oleh pendengar.<sup>23</sup>

Dlam kajian elemen dasar public speaking kata qaulan Baligha ini merujuk kepada konteks pendengar. Seorang *public speaker* harus berbicara sesuai dengan pemahaman pendengarnya dengan menggunakan kata yang efektif,

---

<sup>21</sup>Nurasima. Etika berkomunikasi dalam islam (kajia surat an nisa ayat 148-149). *Skripsi*. (Univeristas islam negeri Ar Raniry. 2018)

<sup>22</sup>Tafsir web. <https://tafsirweb.com/7682-quran-surat-al-ahzab-ayat-70.html>. Diakses 28 juni 2020

<sup>23</sup>Syamsul Rijal. *Melihat Syariat Islam dari Berbagai Dimentasi* (Banda Aceh: Perpustakaan Nasional: Katalog dalamTerbitan (KDT) MelihatSyari’at Islam dari Berbagai Dimensi Nanggroe Aceh Darussalam, 2011), h. 26-27



komunikatif serta muda dipahami. Seseorang yang ingin menyampaikan sesuatu harus melihat situasi dan kondisi yang tepat dan menyampaikan dengan kata-kata yang tepat, bila pendengarnya adalah anak-anak maka harus berkata sesuai dengan pikiran mereka, bila dengan remaja maka harus mengerti dunia remaja dan pilihlah kata dalam berkomunikasi dengan orang awam tentu harus dibedakan dengan saat berkomunikasi dengan kalangan cendekiawan. Begitupun ketika menyampaikan sesuatu menggunakan media cetak seperti koran atau majalah maka bahasa yang digunakan harus sesuai dengan kaidah jurnalistik dalam media tersebut.

### 3. *Qawlan Maysuran* (perkataan yang pantas dan ringan)

Seorang *public speaker* yang baik adalah mampu membahasakan apa yang ingin disampaikan dengan kata – kata yang ringan agar mudah dimengerti oleh pendengarnya. Kita bisa menemukan istilah *qaulan maisuran* dalam al-Qur'an yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan.<sup>24</sup> Perkataan *qawlan masyuran* terdapat dalam surah Al Isra ayat 28.

وَأَمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

“Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut.”<sup>25</sup>

*Maysuran* secara etimologi bersalah dari kata yasara yang berarti berarti mudah atau pantas. Sedangkan *qaulan maisuran* menurut Jalaluddin Rakhmat, sebenarnya lebih tepat diartikan “ucapan yang menyenangkan,” lawannya adalah ucapan yang menyulitkan. *Qawlan maysuran* merujuk

---

<sup>24</sup>Syaiful Djamarah. *Pola Komunikasi Keluarga Orang Tua dan Anak dalam Keluarga* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h. 110.

<sup>25</sup>Kementrian Agama <https://quran.kemenag.go.id/sura/17>. Diakses 28 juni 2020



pada kata – kata yang menyenangkan dengan menggunakan kata – kata yang mudah dan pantas.<sup>26</sup> *Public speaker* yang menggunakan etika *qawlan maysuran* yang berarti pesan yang disampaikan itu sederhana, mudah dimengerti dan dapat dipahami secara spontan tanpa harus berpikir dua kali.

#### 4. *Qawlan layyinan* (perkataan yang lembut)

Perkataan yang lemah lembut digambarkan dalam al Qur'an pada surah Tha Ha, ayat: 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.”<sup>27</sup>

Sebagaimana yang diperintahkan kepada Nabi Musa dan Harun dalam ayat diatas untuk berkata lemah lembut kepada Fir'aun agar apa yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Maka dalam konteks kekinian ketika seorang *public speaker* maka harus menunjukkan ketulusan dan kelembutan serta keramahan kepada audiensya. Hal ini diaharapkan agar siapapun yang mendengarkan apa yang disampaikan bisa menerima dengan baik sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. dalam bertutur kata selalu dengan penuh kelembutan, tidak kasar apalagi membentak karena hal demikian dapat menyebabkan reaksi penolakan dari komunikan.

#### 5. *Qawlan Kariman* (perkataan yang mulia)

Adab atau tata krama seseorang dapat dinilai dari kata-kata yang dipakai dalam berkomunikasi, orang yang memiliki adab yang baik adalah mereka yang menggunakan perkataan yang mulia, sopan serta santun ketika hendak menyampaikan

---

<sup>26</sup>Jalaluddin Rahmat. *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2001) h. 83.

<sup>27</sup>Tafsir web. <https://tafsirweb.com/5286-quran-surat-thaha-ayat-44.html>. Diakses 28 juni 2020



sesuatu. Kata *qawlan kariman* terdapat dalam al-Qur'an surah al-Isra ayat 23.

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا  
أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

*“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.”<sup>28</sup>*

Merujuk pada penjelasan ayat ini maka perkataan yang mulia secara umum diperuntukkan kepada orang yang lebih tua. Perkataan yang mulai merupakan gambaran penghormatan seseorang, sikap yang baik tentu akan mendapatkan balasan yang sama sehingga proses komunikasi bisa berjalan lebih baik.

## 6. *Qawlan Ma'rufan* (Perkataan yang baik)

*Qauwlan ma'rufa* digunakan untuk mengilustrasikan bagaimana interaksi orang kaya terhadap orang miskin yang terdapat dalam surah Al Baqarah, ayat 263.

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَىٰ ۗ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ

*“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.”<sup>29</sup>*

Seorang *public speaker* muslim tidak mengeluarkan perkataan yang sia - sia hendaklah ia memperhatikan ucapannya, apa yang dikatakan harus mengandung kebaikan,

---

<sup>28</sup>Tafsir web. <https://tafsirweb.com/4627-quran-surat-al-isra-ayat-23.html>. Diakses 28 juni 2020

<sup>29</sup>*Ibid*



memberi pemahaman, menambah pengetahuan serta menyejukkan hati orang – orang yang mendengarnya. Dalam bukunya Jalaluddin Rahmat juga menguraikan bahwa *qawlan ma'rufan* adalah perkataan yang baik sesuai dengan konteks masyarakat yang diajak berkomunikasi.<sup>30</sup> Adapun yang dikuti oleh Nursima menurut Abd. Rahman, kata ini bermakna baik dan pantas. Kata “baik” merujuk kepada norma, nilai, dan etika, sedangkan kata “pantas” merujuk kepada status dan latar belakang orang yang mengucapkannya.<sup>31</sup>

Secara spesifik dalam Islam juga diatur bagaimana etika seorang pendengar. Mendengar berarti memberi kesempatan bagi orang lain untuk berpendapat dalam sebuah komunikasi. Menjadi pendengar yang baik berarti menyimak dengan seksama pembicaraan yang dilakukan oleh orang lain. Perhatian dan konsentrasi keseluruhan harus diberikan kepada komunikator atau orang yang sedang berucap.

Seorang publik speaker tentu menginginkan pesan atau informasi yang disampaikan ingin didengar oleh audeinsnya. Apalagi jika pesan atau informasi yang disampaikan itu dalam bentuk pesan agama atau dakwah, begitu juga dengan pesan yang lainnya. Sebuah pepatah mengatakan bahwa jika ingin menjadi pembicara yang baik maka jadilah pendengar yang baik. Manusia diberikan fasilitas satu lisan dan dua telinga agar lebih banyak mendengar daripada berbicara. Mendengar dengan baik merupakan suatu usaha untuk memahami kebenaran dan perasaan yang tersembunyi dalam sebuah ucapan lisan.

Nabi Muhammad saw. adalah teladan yang paling baik dalam mendengar. Dikisahkan ketika datang seorang wanita tua kepada beliau, beliau mendengarkannya dengan penuh perhatian, dan ketika datang pula kepadanya seorang anak perempuan, memegang tangan beliau dan mengajaknya

---

<sup>30</sup>Jalaluddin Rahmat, *Etika Komunikasi Perspektif Religi*, cet. 2 (Jakarta: Kencana, 2006), h. 168-169

<sup>31</sup>Abd. Rohman, *Komunikasi dalam al-Quran: Relasi Ilahiyah dan Insaniyah* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), h. 100-101.



berbicara, beliau pun mendengarkannya dengan seksama. Bahkan beliau selalu menghadapkan badannya kepada lawan bicaranya sehingga mereka merasa diperhatikan. Diriwayatkan dalam sebuah hadist bahwa Atabah bin al-Walid, ketika duduk di samping Rasulullah saw. beliau berkata, “wahai Abil walid, katakan apa yang hendak engkau ucapkan”. Kemudian Atabah berkata, “Dia tidak mengucapkan apapun hingga ketika aku selesai dari ucapanku”. Kemudian Rasulullah saw. bertanya, “Apakah engkau sudah selesai?”. Ia menjawab, “sudah”. Rasulullah saw. pun melanjutkan, “Maka dengarkanlah apa yang aku ucapkan”<sup>32</sup>.

Kisah di atas mengajarkan untuk saling menghargai dalam berbicara, bukan hanya menjadi pendengar yang baik, tetapi juga tidak memotong pembicaraan orang lain. Rasulullah saw. memberikan kesempatan kepada orang lain untuk menuntaskan pembicaraannya lalu kemudian beliau menyampaikan apa yang ingin disampaikan. Dengan menjadi pendengar yang baik, akan dihargai oleh orang lain, karena orang lain atau pembicara tersebut merasa bahwa dirinya juga sangat dihargai. Jadi antara pembicara dan pendengar timbul rasa saling menghargai. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt. dalam QS An-Nisa’/4: 86

مَنْ يُطِيعِ الرَّسُولَ فَقَدْ أَطَاعَ اللَّهَ وَمَنْ تَوَلَّىٰ فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا

*“Barangsiapa yang mentaati Rasul itu, sesungguhnya ia telah mentaati Allah. Dan barangsiapa yang berpaling (dari ketaatan itu), maka Kami tidak mengutusmu untuk menjadi pemelihara bagi mereka.”*<sup>33</sup>

Perintah untuk mendengar adalah perintah terpenting untuk menemukan sebuah kebenaran, apalagi disaat ayat al-

---

<sup>32</sup>Muslimah zone. <http://www.muslimahzone.id/jadilah-pendengar-yang-baik-seperti-Rasulullah>. Diakses pada tanggal 8 agustus 2020

<sup>33</sup> <https://tafsirweb.com/1612-quran-surat-an-nisa-ayat-80.html>. diakses tanggal 8 agustus 2020



Qur'an dibacakan, sebagaimana firman Allah swt. dalam QS al-A'raf/7:204

وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

*“Dan apabila dibacakan al-Qur'an, maka dengarkanlah baik-baik, dan perhatikanlah dengan tenang agar kamu mendapat rahmat.”*<sup>34</sup>

### **c. Etika *Public Speaking* sesuai standar *NCA Credo***

Seorang *public speaker* harus mempertimbangkan standar etika dalam komunikasi ketika menyiapkan sebuah konsep. Bagaimana aturan berbicara di depan orang banyak, siapa pendengarnya, bagaimana topiknya adalah hal – hal yang menjadi pertimbangan utama dalam standar etika komunikasi public. Secara umum, *National Communication Association credo* telah menetapkan kode etik komunikasi manusia termasuk didalamnya *public speaking*.

#### ***National Communication Association Credo for Ethical Communication***

*Questions of right and wrong arise whenever people communicate. Ethical communication is fundamental to responsible thinking, decision making, and the development of relationships and communities within and across contexts, cultures, channels, and media. Moreover, ethical communication enhances human worth and dignity by fostering truthfulness, fairness, responsibility, personal integrity, and respect for self and others. We believe that unethical communication threatens the quality of all communication and consequently the well-being of individuals and the society in which we live. Therefore, we, the members of the National Communication Association, endorse and are committed to practicing the following principles of ethical communication:*

- *We advocate truthfulness, accuracy, honesty, and reason as essential to the integrity of communication.*

---

<sup>34</sup><https://tafsirweb.com/2658-quran-surat-al-araf-ayat-204.html> diakses tanggal 8 agustus 2020



- *We endorse freedom of expression, diversity of perspective, and tolerance of dissent to achieve the informed and responsible decision making fundamental to a civil society.*
- *We strive to understand and respect other communicators before evaluating and responding to their messages.*
- *We promote access to communication resources and opportunities as necessary to fulfill human potential and contribute to the wellbeing of families, communities, and society.*
- *We promote communication climates of caring and mutual understanding that respect the unique needs and characteristics of individual communicators.*
- *We condemn communication that degrades individuals and humanity through distortion, intimidation, coercion, and violence, and through the expression of intolerance and hatred.*
- *We are committed to the courageous expression of personal convictions in pursuit of fairness and justice.*
- *We advocate sharing information, opinions, and feelings when facing significant choices while also respecting privacy and confidentiality.*
- *We accept responsibility for the short- and long-term consequences of our own communication and expect the same of others.<sup>35</sup>*

Khusus untuk etika *public speaking* sesuai dengan *NCA Credo* bisa dijabarkan dalam 2 bagian yakni etika bagi pembicara (speaker) dan etika bagi pendengar (listener/audies).

#### a) Etika Pembicara (speaker)

Seorang public speaker tidak hanya bertanggungjawab terhadap apa yang dikatakannya pada saat dia berbicara,

---

<sup>35</sup>National communication Association.  
[http://www.natcom.org/uploadedFiles/About\\_NCA/Leadership\\_and\\_Governance/Public\\_Policy\\_Platform/PDFPolicyPlatformnNCA\\_Credo\\_for\\_Ethical\\_Communication.pdf](http://www.natcom.org/uploadedFiles/About_NCA/Leadership_and_Governance/Public_Policy_Platform/PDFPolicyPlatformnNCA_Credo_for_Ethical_Communication.pdf). 199 (2 Agustus 2020)



namun semua hal yang disampaikan kepada orang lain harus terimplementasi dalam kehidupannya dimana pun berada baik dilingkungan keluarga, masyarakat atau tempat kerja. Ada 2 etika utama yang harus dimiliki seorang *public speaker*:

### 1. Jujur dan menghindari plagiasi

Sangat penting bagi seorang *public speaker* untuk jujur dalam segala aspek public speaking yang dilakukan. Jujur mengenai informasi yang disampaikan. Harus berani mengungkapkan sumber informasi yang disampaikan baik lisan maupun tulisan karena jika tidak dilakukan maka seorang public speaker telah melakukan plagiarisme, tentu hal ini bisa memberikan dampak besar terutama terkait kredibilitas seorang *public speaker*. Ada 3 jenis plagiarisme yang biasa terjadi dalam *public speaking* yaitu *global* (umum), *patchwork* (tambal sulam), dan *incremental* (tambahan).<sup>36</sup>

Bentuk plagiasi *Global* adalah yang paling umum digunakan dan sangat mudah ditemui. contoh sederhana adalah ketika seseorang mengambil bahan pidato di internet dan ketika menyampaikannya sama sekali tidak merubah sedikitpun dan tidak menyampaikan sumber utamanya. Plagiasi *patchwork*, ketika menulis sebuah konsep kadang – kadang seseorang lupa untuk mengutip dari mana sumbernya karena lupa dari mana sumber awal yang dia sampaikan.

“Students engage in “patchwriting” by copying from a source text and then deleting or changing a few words and altering the sentence structures “<sup>37</sup>

Jenis plagiarisme ketiga adalah plagiarisme *incremental*, atau ketika sebagian besar pidatonya adalah karya asli pembicara, tetapi kutipan atau informasi lain telah digunakan tanpa dikutip. Plagiarisme tambahan dapat terjadi

---

<sup>36</sup>Lucas, S. E. *The art of public speaking* (7th ed.). New York: McGraw-Hill. 2001.

<sup>37</sup>Jaffe, C. *Public speaking: Concepts & skills for a diverse and society* (6 Ed.). Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning. 2010



jika, misalnya, Anda memberikan data berupa statistik untuk mendukung informasi yang anda sampaikan, tetapi anda memberikan keterangan bahwa itu adalah kutipan. Memahami berbagai jenis plagiarisme adalah langkah pertama untuk memastikan Anda siapakan pidato yang jujur.

## **2. Bertanggung Jawab dan Memiliki Tujuan yang Jelas.**

Seorang *public speaker* harus mampu memastikan bahwa Anda memiliki tujuan yang yang jelas terhadap apa yang disampaikan serta bertanggungjawab terhadap seluruh informasi dan pernyataan yang disampaikan, dengan kata lain, anda harus berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan dampak sosial dengan tetap mengedepankan nilai kesetaraan dan penghargaan kepada orang atau kelompok tertentu, karena hal demikian adalah salah satu cara untuk mencapai komunikasi etis dalam berbicara di depan umum. Ada beberapa tujuan *public speaking* yang mendukung misi ini. Bagian ini akan fokus pada lima tujuan: 1) mempromosikan keragaman, 2) menggunakan bahasa inklusif, 3) menghindari ucapan kebencian, 4) meningkatkan kesadaran sosial, dan 5) menggunakan kebebasan berbicara dengan penuh hormat.

### **• Mempromosikan perbendaan**

Salah satu tanggung jawab penting yang harus dimiliki seorang pembicara adalah dapat menumbuhkan kesadaran akan adanya keragaman atau perbedaan dalam interaksi sosial, atau penghargaan untuk perbedaan di antara individu dan kelompok. Keragaman dalam berbicara di depan umum penting ketika mempertimbangkan audiens Anda dan konten pidato Anda. Mempromosikan keberagaman memungkinkan audiens yang mungkin berbeda dari pembicara merasa termasuk dan dapat memberikan perspektif yang sebelumnya anggota audiens tidak diekspos.

Pembicara dapat memilih topik pembicaraan yang memperkenalkan masalah multikultural atau dapat mempromosikan keragaman dengan memilih bahasa dan alat bantu visual yang berhubungan dengan dan mendukung pendengar dari latar belakang yang berbeda. Sebagai contoh



seorang pembicara harus selalu menyeimbangkan atau menyetarakan antara laki – laki dan perempuan sebagai objek informasi, serta dapat juga mendorong keragaman dalam ras, status sosial ekonomi, dan demografi lainnya.

- **Menggunakan Bahasa yang inklusif**

Kata **Inklusif** berasal dari Bahasa Inggris “*inclusive*” yang artinya “termasuk di dalamnya”. Secara istilah berarti menempatkan dirinya ke dalam cara pandang orang lain/ kelompok lain dalam melihat dunia, dengan kata lain berusaha menggunakan sudut pandang orang lain atau kelompok lain dalam memahami masalah. Contoh yang sangat sederhana dalam menyampaikan Sesutu dengan bahasa yang inklusif adalah dengan menggunakan kata ganti yang tepat seperti dari kata kamu atau kalian menjadi kita atau kami. Misalnya, “marilah kita senantiasa menjaga kebersihan dengan membuang sampah di tempat smapah yang telah disediakan.” Hal ini lebih bisa diterima dibandingkan menggunakan kalimat ini” kalian harus senantiasa menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempatnya

- **Hindari ujaran kebencian (*hate speech*)**

Etika lain yang harus menjadi perhatian seorang public speaker adalah menghindari ujaran kebencia hal ini juga menjadi sorotan dari asosiasi komunikasi *The NCA Credo of Ethical Communication* yang menyatakan mengutuk komunikasi yang merendahkan individu dan kemanusiaan melalui distorsi, intimidasi, paksaan, dan kekerasan, dan melalui ekspresi intoleransi dan kebencian.<sup>38</sup>

Pemilihan kata yang baik akan membantu pembicara dalam mencapai tujuan yang ingin disampaikan serta akan mudah dalam memengaruhi audiensnya. Sebaliknya kata yang mengandung kebenciaan akan mepersulit pembicara

---

<sup>38</sup>National Communication Association.NCA credo for ethical communication. Retrieved from [http://www.natcom.org/uploadedFiles/About\\_NCA/Leadership\\_and\\_Governance/Public\\_Policy\\_Platform/PDFPolicyPlatform-NCA\\_Credo\\_for\\_Ethical\\_Communication.pdf](http://www.natcom.org/uploadedFiles/About_NCA/Leadership_and_Governance/Public_Policy_Platform/PDFPolicyPlatform-NCA_Credo_for_Ethical_Communication.pdf). 1999



dalam menyampaikan maksudnya, olehnya itu sangat penting menahan diri agar tidak melakukan ujaran kebencian saat berbicara di depan umum. Sangat penting bahwa pembicara publik menahan diri dari kebencian atau bahasa seksis. Menurut Verdeber bahasa kebencian adalah penggunaan kata-kata dan frasa tidak hanya untuk merendahkan orang lain atau kelompok tetapi juga untuk mengekspresikan kebencian dan prasangka.<sup>39</sup>

Menggunakan pidato kebencian dalam situasi berbicara di depan umum dapat mengasingkan audiens Anda dan menghilangkan kredibilitas Anda, yang mengarah pada implikasi yang lebih serius bagi nilai Anda, pekerjaan Anda, atau hasil serius lainnya. Jadi sudah menjadi tanggung jawab seorang pembicara sebagai pembicara untuk menyadari materi sensitif dan dapat menavigasi pilihan bahasa untuk menghindari menyinggung audiensnya.

- **Membangun kesadaran sosial pendengar**

Menumbuhkan kesadaran pendengar adalah satu tanggung jawab seorang pembicara bukan hanya n memperkenalkan ide-ide tentang perbedaan ras, gender, atau budaya, tetapi juga dengan meningkatkan kesadaran sosial, atau pengakuan terhadap isu-isu penting yang memengaruhi masyarakat. Mengedukasi pendengar terhadap kesadaran sosial akan memberikan dampak besar bagi lingkungan.

## **b) Etika Pendengar**

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang bisa memberikan manfaat antara pembicara dan pendengar. Olehnya dalam hal etika, tidak hanya berlaku terhadap pembicara tetapi juga kepada pendengar. Dalam realitas kehidupan manusia, tidak semua orang bisa menjadi pendengar yang baik dibutuhkan pengetahuan untuk mengasah kemampuan ini. Seorang pendengar harus menunjukkan etikanya dengan mendengarkan secara seksama

---

<sup>39</sup>Kathleen S. Verderber. nter-Act: *Interpersonal Communication Concepts, Skills, and Contexts*. Oxford. 2012



dan meberikan respon yang baik, bukan berarti bahwa pendengar harus selalu setuju, namun dalam menyampaikan respon harus mengedepankan norma dan etika. Selanjutnya pendengar tidak boleh menilai pembicara berdasarkan nama, ras, gaya hidup, penampilan dan reputasinya, dalam *The NCA Credo of Ethical Communication*, pendengar harus berusaha keras untuk melakukannya memahami dan menghargai pembicara sebelum mengevaluasi dan menanggapi mereka.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>National Communication Association. The credo can be accessed at [http://www.natcom.org/Tertiary.aspx?id=2119&terms= credo on ethical](http://www.natcom.org/Tertiary.aspx?id=2119&terms=credo%20on%20ethical).





## BAB III

### Kekuatan *Public Speaking*

*"If you can speak, you can influence, you can change lives"*  
*Rob Brown*

#### ***A. Kekuatan Public Speaking dalam Islam***

*Public Speaking* selalu menjadi senjata yang ampuh untuk perubahan. Selama berabad - abad banyak pemimpin – pemimpin hebat, orator, dan para visioner telah menyuarakan beberapa pidato yang paling abadi dan telah menggerakkan audiens dengan cara yang tak terbayangkan, dan berhasil menginspirasi negeri, memicu percakapan, dan akhirnya pidato – pidato tersebut menjadi bagian dari buku – buku sejarah kita. Diantara pemimpin – pemimpin dunia tersebut adalah Ratu Elizabeth I dengan pidato Tilbury yang ikonik dan bagaimana merubah peperangan antara tentara Inggris dan Spanyol atau Pidato Martin Luther King, Jr "*I have a dream*" yang menjadi katalisator perubahan dalam hubungan rasial di Amerika Serikat.



Dalam sejarah peradaban Islam, seni orasi atau *Public Speaking* memiliki akar yang kuat dimana dalam berorasi senantiasa menyertakan ajakan pada risalah kenabian. Hadirnya risalah Nabi Muhammad saw. (sekitar 620 Masehi) menjadi figure penting di dunia retorik Arab karena beliau saw. mementingkan kebenaran sebagai unsur penting dari sebuah orasi atau dakwah. Bahkan, dalam setiap ceramah Beliau, unsur non – literal misalnya gesture ketika berkata – kata terucap secara seimbang, tidak terlalu lamban, pun tidak terlalu cepat, sehingga mudah dihapal oleh pendengar. Hal ini sejalan dengan tujuan retorika dalam Islam dimana membujuk orang agar berbuat kebaikan dan mengenali kebenaran. Semua itu dilakukan dengan menyertakan unsur keindahan, sehingga memikat massa. Umar bin Khattab berkata, “Yang membuatku masuk Islam adalah keindahan bahasa al-Qur’an.”<sup>41</sup>

A.H. Johns menuliskan dalam jurnalnya yang berjudul “*Syu’ayb, Orator of the Prophets: Reflections on Qur’anic Narrative*” mengenai kisah Nabi Syu’aib dalam berdakwah.

*“This reflection is based on the account of Shu‘ayb in Sūrat al-A‘rāf (QS. 7: 1–157). Shu‘ayb has an established place in the Muslim tradition: al-Tha‘labī refers to him as the orator of the prophets, khaṭīb al-anbiyā’, because of the debating skill he shows when confronting his people, a quality that al-Nasafī also notes in his tafsīr 5 of this sura.”*<sup>42</sup>

Nabi Syu’aib telah memiliki tempat yang khusus dalam tradisi Muslim dimana beliau dijuluki sebagai orator para

---

<sup>41</sup>Hazanatul Rizqa “*Terungkap, Rasulullah saw. Sosok Orator Ulung*” <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/khazanah/18/10/11/pgeu6v320-terungkap-rasulullah-saw-sosok-orator-ulung>, (diakses pada tanggal 15 Juli 2020).

<sup>42</sup>A.H. Johns. “*Shu‘ayb, Orator of the Prophets: Reflections on Qur’anic Narrative*”. *Journal of Qur’anic Studies* 13.2 (2011): 136–148 Edinburgh University Press.





Sirait <sup>44</sup> adalah milik semua warga masyarakat tanpa terkecuali.

Kegiatan *public speaking* memegang peranan yang sangat penting terhadap perubahan seperti yang tertulis di buku *Mein Kampf* dimana ia mengungkapkan bahwa keberhasilan seorang Hitler disebabkan oleh kemampuannya berbicara. Lebih lanjut Hitler mengungkapkan bahwa *Jede grosse bewegung auf dieser erde verdankt ihr wachsen den grosseren rednern und nicht den grossen schreibern* (setiap gerakan besar di dunia ini dikembangkan oleh ahli-ahli pidato dan bukan oleh jago-jago tulisan<sup>45</sup>).

Allah swt. telah menyediakan kita informasi yang berlimpah mengenai pentingnya *Public Speaking* dan hal ini telah tertulis dalam al-Qur'an dan Sunnah. Selain itu, Allah swt. mengajak kita untuk ikut serta belajar *Public Speaking* dan memberikan penghargaan bagi mereka yang melakukannya dengan hati dan niat tulus semata – mata untuk memuliakan Allah swt. Dalam QS Fussilat/41: 33, Allah berfirman

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

*"Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"*

Di dalam afsir al-Maraghi dijelaskan bahwa, tidak ada seorang pun yang lebih baik perkataannya daripada orang yang memiliki tiga sifat berikut ini.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup>Charles Bonar Sirait, *The Power Of Public Speaking* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), h.

<sup>45</sup>Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern pendekatan praktis* (Bandung: Remaja rosdakarya, 2011), h. 1-2.

<sup>46</sup>Ahmad, Mustofa. *Tafsir Al-Maraghi juz xxiv* (Semarang: Cv. Toha Putra. 1992), h. 242.



- Menyeru manusia agar mengesakan dan mematuhi Allah Ibnu Sirin as-suddi, Ibnu Zaid, dan Al-Hasan berkata: orang yang menyeru ialah Rasulullah saw.
- Amal saleh, yaitu dengan melaksanakan ketaatan-ketaatan dan menghindari hal-hal yang diharamkan
- Mengambil Islam sebagai agamanya dan ikhlas kepada Tuhannya, yakni, seperti kata orang; ini adalah *qaul si fulan*, yang artinya madzhab dan keyakinan dia.

Dengan menerangkan perkataan yang paling baik itu, seakan-akan Allah swt. menegaskan kepada Rasulullah bahwa tugas yang diberikan kepada beliau itu adalah tugas yang paling mulia. Oleh karena itu, beliau diminta untuk tetap melaksanakan dakwah, dan sabar dalam menghadapi kesukaran-kesukaran dan rintangan-rintangan yang dilakukan orang-orang kafir.

Dari ayat ini dapat dipahami bahwa keutamaan yang paling penting adalah berbenah diri dengan cara memperkuat iman, menaati segala perintah Allah swt., dan menghentikan segala larangan-Nya. Karena ketika seorang *public speaker* bersih jiwanya, kuat imannya, dan sering mengerjakan amal yang saleh, seruannya akan diperhatikan dan dilakukan oleh orang lain karena timbulnya *trust*.

## **B. Keutamaan Public Speaking**

### **1. Sukses di Kampus**

Memiliki keahlian dalam *Public Speaking* memberi kesempatan bagi Anda sukses di bangku pendidikan atau bangku kuliah karena *Public Speaking* meliputi topic – topic diantaranya adalah keterampilan mendengar, berpikir kritis, menulis poin – poin penting, dan organisasi ide maupun informasi dimana seluruh elemen ini adalah keahlian yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan di kampus.

Bodie menyatakan bahwa memiliki kompetensi dalam bidang *Public Speaking* merupakan hal terpenting untuk kesuksesan mahasiswa baik di dalam maupun di luar kelas dan ketika bekerja kelak. Docan – Morgan & Nelson secara tersirat menyarankan agar mahasiswa memperdalam dan melatih skill *Public Speaking* karena saat ini perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat sehingga Anda



kemungkinan akan menyampaikan dan menerima pesan secara langsung maupun daring<sup>47</sup>.

“These skills have very high ‘transferability’ to all other courses you will take in college as well as the demands you will face later in entering and succeeding in the workplace.”

## 2. Mendapatkan Pekerjaan

Mendapatkan pekerjaan ataupun sukses dalam karir merupakan impian setiap orang terutama mahasiswa yang baru menyelesaikan studi. Mahasiswa yang memiliki ketrampilan komunikasi yang baik tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan yang mereka inginkan karena perusahaan pada umumnya akan mencari kandidat karyawan yang telah memiliki ketrampilan *Public Speaking* dan kemampuan presentasi.

“A public speaking course or program of study will make you a significantly marketable job candidate”<sup>48</sup>.

## 3. Pengembangan diri pribadi

Ketika kita melakukan *Public Speaking*, kita sebaiknya tidak perlu khawatir ketika diundang berbicara di depan umum dalam kondisi apapun. Kita juga dapat menyampaikan ide kita kepada orang lain secara lebih efektif hingga memberi kepuasan bahwa ide kita diterima atau diterapkan. Saat ini banyak perusahaan yang meminta pelamar kerja untuk membuat proposal program kerja yang akan dilakukan lalu mempresentasikannya. Ide yang telah dituangkan dalam sebuah proposal akan terdengar menarik atau tidak tergantung dari bagaimana pembicara mempresentasikannya. Dapat dipastikan pelamar yang dapat

---

<sup>47</sup>Bodie, G. D. (2010). *A Racing Heart, Rattling Knees, and Ruminative Thoughts: Defining, Explaining, and Treating Public Speaking Anxiety. Communication Education*, 59, 70-105.

<sup>48</sup>Docan – Morgan, T & L. Nelson. (2015). *The Benefits and Necessity of Public Speaking Education*, h. 1-16.



mempresentasikan idenya dengan baik yang akan diterima bekerja. Semakin banyak kita berlatih maka semakin baik kita mempresentasikan ide di depan orang lain. Kita pun akan semakin percaya diri karena ide kita lebih sering didengar dan diterima orang.

#### 4. Mengasah Ketrampilan Berpikir Kritis

Pada saat mendengar seseorang melakukan *Public Speaking* menggunakan data yang akurat dan seseorang yang bicara tanpa data, menurut Anda yang manakah di antara mereka yang lebih Anda percaya? Saya yakin Anda akan memilih pembicara yang menggunakan data dengan akurat. Berbicara di depan umum merupakan cara terbaik untuk membangun ketrampilan berpikir kritis

Mahasiswa yang belajar mengenai *Public Speaking* belajar berpikir kritis dimana kita belajar mempertahankan ide atau pendapat daripada menerima atau menolak yang hal – hal yang dibaca atau yang di dengar secara instan.

“Students who study public speaking learns how to think critically, which is the “ability to form and defend your own judgments rather than blindly accepting or instantly rejecting what you hear or read”<sup>49</sup>

Selain itu dengan mempersiapkan materi untuk kepentingan Public Speaking memerlukan banyak pemikiran dan mengeluarkan ide – ide yang cermat serta riset. Dengan persiapan ini, kita akan ditantang untuk belajar dan menyadari tentang pola pikiran manusia; belajar untuk mengenal hubungan antara sebab dan akibat, masalah dan solusinya, dll. Bahkan dengan belajar *Public Speaking*, kita dapat memahami bagaimana alasan induktif dan deduktif bisa membantu kita berpikir lebih efektif dan sistematis. Sekali lagi, mempelajari ketrampilan – ketrampilan yang disebutkan di atas sangat penting karena bisa diaplikasikan untuk segala bidang ilmu dan pekerjaan apapun.

---

<sup>49</sup>D. Zarefsky (2005). *Public speaking: Strategies for Success*, 4th ed. (Boston: Pearson), h. 6.



Allah swt. memberikan pesan kepada kita dalam Al – Qur’an Surah Al Hujurat/49: 6.<sup>50</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ  
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“*Hai orang – orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah (kebenarannya) dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu*”

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa ketika berkomunikasi adakalanya ada informasi yang tidak benar. Oleh karena itu sangat penting bagi kita sebagai *Public Speaker* untuk melakukan *filter* sebelum menyampaikan informasi kepada audiens.

## 5. Meningkatkan Kepercayaan Diri

Banyak penelitian menyatakan bahwa mahasiswa S1 yang telah mengambil mata kuliah atau belajar *Public Speaking* lebih percaya diri<sup>51</sup>. Anda mungkin pernah mendengar bahwa “cara Anda mengatakan sesuatu sama penting dengan apa yang Anda katakan.” Maka dari itu, seorang *Public Speaker* yang baik akan mengekspresikan idenya melalui teknik penyampaian yang efektif atau dengan melibatkan suara dan bahasa tubuh. Untuk mendapatkan ketrampilan penyampaian yang efektif, membutuhkan banyak persiapan dan praktek misalnya bagaimana menggunakan volume dan tinggi nada, jumlah kata per menit, *jeda*, diksi, bunyi, *facial* ekspresi wajah, *eye contact*, dan *gesture* tangan. Setiap elemen ini sangat berkontribusi dalam

---

<sup>50</sup> Departemen Agama RI, 2010. *Al – Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: MQS Publishing), h. 516.

<sup>51</sup>Finn, A. N., Sawyer, C. R., Schrodt, P. (2009). *Examining the effect of exposure therapy on public speaking state anxiety*. *Communication Education*, 58(1), 92-109.



penyampaian informasi atau melakukan persuasi kepada audiens.

“Those who understand the importance of nonverbal communication know that receivers of messages trust the nonverbal component of messages more than they trust the verbal message.”<sup>52</sup>

Bagi mereka yang mengerti betapa pentingnya komunikasi nonverbal mengetahui bahwa audiens atau penerima informasi percaya bahwa elemen – elemen komunikasi nonverbal lebih dari pesan verbal atau kata – kata. Sehingga dengan banyak melakukan praktik dan latihan, *Public Speaker* akan semakin percaya diri bukankah kepercayaan diri itu seperti otot semakin banyak kita latih, semakin kuat otot kita.

#### **6. Memberikan respon positif kepada audiens**

Dalam *Public Speaking*, kita dituntut untuk belajar bagaimana memberika respon positif atau kritis konstruktif kepada audiens yang akan menjadi ketrampilan jangka panjang. Dalam hal ini kritik konstruktif merupakan respon dimana komentar yang akan kita berikan lebih spesifik yang disertai dengan opini yang rasional dan menggunakan kata bantu orang pertama “Saya”. Ada beberapa cara untuk memberikan respon atau *feedback*, yaitu: Mulai dengan *positive feedback*, setelah itu Anda memperkenalkan *negative feedback* dan menutup dengan *specific feedback* yang akan membangun kepercayaan dan kenyamanan audiens.<sup>53</sup>

#### **7. Memengaruhi Dunia Sekitar Kita**

Perubahan yang terjadi di masyarakat sering kali berawal dari ide satu orang yang ditularkan kepada orang-orang lain. Bila kita memiliki keterampilan *Public Speaking*

---

<sup>52</sup>Burgoon, J. K., Buller, D. B., & Woodall, W. G. (1996). *Nonverbal Communication: The Unspoken Dialogue* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

<sup>53</sup>Matua, GE, Seshan, V, Akintola, AA & Thanka AN 2014, “Strategies for Providing Effective Feedback during Preceptorship: Perspectives from an Omani hospital”, *Journal of Nursing Education and Practice*, Vol. 4, No. 10, pp. 24 -31.



maka kita akan dapat lebih mudah memengaruhi orang-orang lain supaya menerima dan melaksanakan ide kita, yang selanjutnya menghasilkan perubahan pada komunitas yang diinginkan. Dalam skala kecil perubahan tersebut dapat berupa ide menggalang warga lingkungan untuk melakukan kegiatan kebersihan bersama. Dalam skala lebih besar, perubahan dapat terjadi pada komunitas yang lebih besar.

Beberapa komunitas di Yogyakarta, warga menentukan adanya jam belajar bagi anak. Pada jam belajar tersebut keluarga dilarang menyalakan televisi dan anak diwajibkan untuk belajar. Keluarga yang melanggar akan ditegur tetangganya sendiri sebagai bentuk kontrol sosial. Perubahan tersebut berawal dari sebuah ide yang ditularkan kepada satu komunitas, lalu menginspirasi komunitas-komunitas lain yang menganggap ide ini baik untuk mereka.

Aristoteles menyebutkan bahwa ada tiga cara untuk memengaruhi manusia. Pertama, Anda harus memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*). Kedua, Anda harus mendapatkan hati khayalak, perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang (*pathos*). Ketiga, Anda meyakinkan khalayak dengan memberikan bukti data dengan melakukan pendekatan secara logis melalui pemikiran audiens (*logos*)<sup>54</sup>. Dalam hal ini seorang pembicara dalam melakukan persuasive, perlu melakukan analisis khalayak sehingga informasi yang disampaikan mendapat respon dari audiens, kedua pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka. Lebih jauh akan dibahas dalam Bab selanjutnya, dan ketiga yakni mematuhi prinsip - prinsip kanon retorika yang akan dibahas selanjutnya yaitu *discovery, arrangement, style, delivery, dan memory*.

## 8. Bekal untuk Menjadi Pemimpin

*Public Speaking* dan *leadership* pada dasarnya memiliki persamaan yaitu sama - sama memengaruhi orang lain.

---

<sup>54</sup>Faizal Bayhaque Al Adhanie, *Retorika Dakwah*. (Universitas Pendidikan Indonesia. 2017), h. 6.



Seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa *Public Speaking* adalah seni berbicara di depan umum, baik itu skala kecil seperti keluarga hingga skala besar seperti pada organisasi dalam rangka menyampaikan informasi dan gagasan untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan orang lain<sup>55</sup>. Ketika kita mengaitkan dengan *leadership*, kita bisa mengingat kembali bagaimana Rasulullah saw. seorang pemimpin yang sangat dikagumi. Pada saat berkomunikasi. Tidak berlebihan jika Michael Hart dalam laporan penelitiannya: *The 100 A Ranking of Most Influential in History*, menempatkan beliau sebagai tokoh peringkat pertama yang berpengaruh di dunia.

Dicontohkan komunikasi Nabi dalam hadits yang diriwayatkan Al - Hasan *Rahimahullah*. Al Hasan menceritakan bahwa ada nenek - nenek menemui Rasulullah saw. lalu berkata:

*“Wahai Rasulullah, doakan aku kepada Allah agar memasukkan aku ke dalam Surga.”Maka Rasulullah berkata: “Wahai Ummu Fulan, sesungguhnya surge itu tidak dimasuki oleh nenek - nenek tua. “Ia (Al - Hasan) berkata: “Nenek itu pergi ke dalam keadaan menangis”. Lalu Rasulullah saw.: “Beritahukan kepada nenek itu, bahwa ia tidaklah masuk ke dalam surge dalam keadaan tua (nenek-nenek). Sesungguhnya Allah Ta’ala berfirman (yang artinya): “Sesungguhnya Kami menciptakan mereka (bidadari-bidadari) dengan langsung dan Kami jadikan mereka gadis - gadis perawan, penuh cinta lagi sebaya umurnya.” (QS al-Waqiah/56: 35-37). (Diriwayatkan oleh At - Tirmidzi, dan dinyatakan shahih dengan Syawahidnya (riwayat - riwayat penguat lainnya) oleh Syaikh Al Albani*

---

<sup>55</sup>Public Speaking - Bekal Untuk Menjadi Seorang Pemimpin.Berita Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Kementerian Keuangan. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/berita/baca/71/Public-Speaking-Bekal-Untuk-Menjadi-Seorang-Pemimpin.html>, tanggal 16 Juli 2020.



*rahimahullah di dalam Silsilatu Al- Hadits Ash – Shohihah no. 2987)*<sup>56</sup>

Dari hadist di atas, dapat memberikan pemahaman bahwa sangatlah jelas bahwa dalam berkomunikasi Rasulullah saw. selalu menggunakan perencanaan, walaupun dalam perencanaan tersebut dan pengaturan pesan tidak nampak secara kasat mata. Seperti yang disampaikan sebelumnya bahwa ketika kita belajar *Public Speaking*, secara tidak langsung akan meningkatkan kapasitas berpikir kritis yang sangat penting untuk kemampuan kognitif. Selain itu, *Public Speaking* juga meningkatkan ketrampilan untuk beradaptasi dan terbuka dengan *feedback* yang sejalan dengan kemampuan untuk menyampaikan *feedback* yang konstruktif kepada orang lain.

*“motivating, influencing and inspiring others” as a key component of leadership skills necessary in exhibiting leadership potential*<sup>57</sup>”

### C. Hukum *Public Speaking*

Untuk memberikan kekuatan dalam membawakan *Public Speaking*, maka seorang *public speaker* harus mematuhi 5 aturan yang dikenal dengan “*the five canons of rhetoric*”, yang oleh para ahli public communication sekarang disebut dengan tahapan berpidato atau berbicara di depan publik<sup>58</sup>. Kelima tahapan itu adalah:

#### 1. *Inventio / Discovery (Penemuan)*.

Pada tahap ini, menggali topik/ tema dan meneliti khalayak agar dapat menentukan metode dan gaya pembicaraan yang tepat. Pada tahap ini, seorang pembicara

---

<sup>56</sup>Mukayimah, “Strategi Komunikasi Rasulullah dalam Kitab Shahih Bukhari – Muslim ( Bab Ahklak dan Ibadah), *Skripsi*. 2015), h. 5.

<sup>57</sup>Church, A., & Slizer, R. (2014). *Going behind the corporate curtain with a blueprint for leadership potential. People and Strategy*, 36(4), h. 53

<sup>58</sup>Ali Fikri. *Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia. Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Humaniora* Vol.5. No.3. Maret 2020. H. 140.



mengumpulkan bahan/materi serta merumuskan tujuan pembicaraan yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Pada tahap ini, pembicara menggali topik dan meneliti audiens untuk mengetahui metode persuasi yang paling cocok. Di tahap ini pula, pembicara menentukan tujuan dan bahan (argument) yang sesuai dengan audiens.

Untuk menciptakan sebuah penemuan, seseorang pembicara harus memiliki cara berpikir yang dapat menyatu dengan pendapat atau argumen yang ada dalam konten informasi yang dibawakan. Sehingga logika dan bukti dapat membuat *Public Speaking* menjadi kuat dan menarik bahkan dapat meningkatkan kemungkinan pendengar dapat tergerak dan mengikuti pesan yang disampaikan oleh pembicara.

Disebutkan pula bahwa topik atau bahan pembicaraan adalah hal yang sangat fundamental dalam *Public Speaking* karena membantu pembicara sebagai rujukan terhadap argument yang mereka berikan. Untuk menghindari pengulangan kata – kata yang sama, pembicara sebaiknya mengikuti perintah di atas.

## **2. Dispositio/Arrangement (Penyusunan)**

Pada tahap ini pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan dimana pesan akan dibagi dalam beberapa bagian secara logis. Susunan ini akan mengikuti kerangka berpikir manusia yang melingkupi; pengantar, pernyataan, argument, dan epilog. Sebuah pengantar akan menarik perhatian, mendirikan kredibilitas, dan menjelaskan tujuan.

Naskah yang tersusun dengan tertib (*well organized*) akan menciptakan suasana yang favorable, membangkitkan minat khalayak dan memudahkan pemahaman. Disamping itu, naskah akan menghindarkan dari berbicara yang panjang, melelahkan dan membosankan. Hal yang demikian biasanya disebabkan pembicara mempunyai bahan dan materi yang banyak, tetapi tidak mampu mengorganisasikannya. Ketika penyampaian yang tidak teratur tidak hanya hanya menjengkelkan pendengar, tapi juga akan membuat pembicara kebingungan sendiri. Pesan seorang ahli: "Let your speech march". Jika dianalogikan dengan sebuah tubuh, sistematika public speech terdiri dari:



- a) Exordium (kepala), sebagai pengantar yang berfungsi untuk membangkitkan perhatian audien.
- b) Protesis (punggung), berisi latar belakang tema yang dikaitkan dengan kepentingan audien.
- c) Argumenta (perut), berupa alasan-alasan yang mendukung pernyataan pembicara; dan.
- d) Conclusio (ekor), berisi penutup.

### 3. Elocutio/Style (Gaya)

Dalam tahap ini, Aristoteles fokus pada kata kiasan (metaphor). Menurut Aristoteles *“to learn easily is naturally pleasant to all people”* dan *“metaphor most brings about learning”* Dengan adanya bahasa kiasan dalam suatu *Public Speaking* akan memberikan kebahagiaan tersendiri kepada audiens dan memudahkan mereka untuk menerima informasi yang disampaikan. Sebagai *Public Speaker*, tidak hanya menggunakan bahasa kiasan, perlu memastikan bahwa bahasa sudah tepat, benar, dan dapat diterima. Selain itu, memilih kata – kata yang jelas dan langsung dan disampaikan melalui kalimat indah, mulia, dan hidup yang disesuaikan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens adalah hal yang perlu diperhatikan sebagaimana yang dinasihatkan oleh Aristoteles.

### 4. Memoria/memory (Mengingat)

Tahap terakhir adalah *Memoria*/ Tahap ini bertujuan untuk menemukan cara bagaimana audiens dapat mengingat isi pesan yang disampaikan. Cara ini berguna untuk mengingat ide atau frasa yang ada dalam pikiran. Kanon ini merupakan sebuah tindakan dalam menyerap sebuah konten dan bentuk dari informasi menjadi kesatuan yang membuat informasi ini terasa tidak terpaksa atau gugup baik dalam menunjukkan sebuah ekspresi, pemikiran, dan perasaan.

Mengingat konten informasi yang akan disampaikan memberikan rasa kepercayaan diri bagi pembicara. Untuk memudahkan mengingat isi dari presentasi yang akan disampaikan, sebaiknya disarankan melibatkan gerak tubuh ketika berlatih, merekam dan mendengarkan kembali, membaginya dalam beberapa bagian, menggunakan alat bantu, dan mengidentifikasi garis – garis besar konten presentasi.

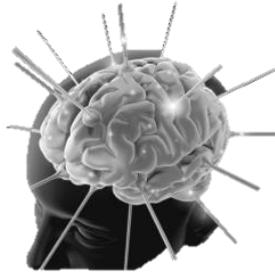


## 5. *Pronuntiatio/Delivery* (Penyampaian)

*Delivery* merupakan kanon retorika terakhir yang berurusan dengan perilaku pembicara yang secara fisik menampilkan *Public Speaking* melalui nada suara dan gesture yang telah dibentuk sedemikian rupa agar penyampaian pidato semaki menarik.

Ada beberapa komponen yang harus ada dalam penyampaian yaitu penampilan pembicara, gesture tubuh, posisi tubuh dalam menyampaikan pidato, kontak mata kepada audiens, artikulasi bicara, pengucapan yang baik, dialek atau logat yang digunakan sesuai dengan adat setempat, nada bicara dalam penyampaian pidato, suara pembicara yang lantang dan jelas, pause atau posisi diam. Inti dari hukum terakhir ini adalah pembicara harus memiliki kemampuan seni peran dan bergerak yang baik dan harus memperhatikan suaranya.





## BAB IV

# BERPIKIR KRITIS DAN PUBLIC SPEAKING

*“There is nothing more Islamic than Critical Thinking”*  
*-Tariq Ramadan*

Berpikir Kritis merupakan hal mendasar yang mutlak dimiliki oleh masyarakat. Proses berpikir kritis ini tidak hanya berlaku bagi orang dewasa saja namun perlu dilatih ketika anak –anak masih duduk di bangku sekolah. Istilah berpikir kritis sering disandingkan dengan analitis dan reflektif. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai berpikir kritis, ada baiknya kita perlu mengetahui pengertian berpikir.

Secara umum berpikir berasal dari kata “pikir” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah akal budi, ingatan, angan – angan, “berpikir” artinya menggunakan akal budi untuk mempertimbangkan dan memutuskan sesuatu<sup>59</sup>. Berpikir pula bisa diartikan mempunyai pikiran dan

---

<sup>59</sup>TIM Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Edisi 3 (Cetakan 2; Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 872.



mempunyai akal; Pikirannya hasil berpikir, dan pemikiran merupakan proses, cara, perbuatan memikir. Senada dengan hal itu, Suryabrata (2012) mengungkapkan bahwa berpikir adalah proses dinamis yang dapat dilukiskan menurut proses atau jalannya<sup>60</sup>. Santrock (2004) menambahkan bahwa ketika seseorang berpikir berarti ada sebuah proses pengolahan informasi yang terjadi<sup>61</sup>.

Kesimpulan dari beberapa pengertian di atas adalah berpikir merupakan aktifitas yang melibatkan psikis atas suatu persoalan untuk memecahkan masalah dengan melibatkan ilmu, pengalaman – pengalaman terdahulu baik yang berasal dari diri sendiri maupun pengalaman dari orang lain untuk mencapai jalan keluar. Selama proses berpikir, setiap orang akan melakukannya berbeda dengan individu yang lain sesuai dengan persoalan dan yang sedang dihadapi. Secara tidak sadar kita telah melewati proses ini. Ketika berpikir, jiwa seseorang akan aktif untuk memecahkan masalah, sehingga bisa dikatakan bahwa berpikir ini bersifat dinamis sangat berbeda dengan yang dipersepsikan orang yakni bersifat statis atau pasif. Proses berpikir merupakan karunia dan rahmat dari Allah swt. karena dengan berpikir, Allah bisa membedakan dan menaikkan kedudukan manusia dari seluruh ciptaan – Nya<sup>62</sup>. Firman Allah tentang keutamaan berpikir terdapat dalam surat Ar-Rum/30: 8:

أَوَلَمْ يَتَفَكَّرُوا فِي أَنْفُسِهِمْ مَا خَلَقَ اللَّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا إِلَّا بِالْحَقِّ  
وَأَجَلٍ مُّسَمًّى وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ النَّاسِ بِلِقَائِ رَبِّهِمْ لَكٰفِرُونَ

*“Dan mengapa mereka tidak memikirkan tentang (kejadian) diri mereka? Allah tidak menjadikan langit dan bumi dan apa yang ada diantara keduanya melainkan dengan (tujuan) yang*

---

<sup>60</sup>Sumadi Suryabrata. Metodologi penelitian. (Jakarta: Rajawali Pers. 2012),

<sup>61</sup>J.W Santrock. *Live - Span Development: Perkembangan masa hidup*. (Jakarta:Erlangga. 2004,)

<sup>62</sup>Zaleha Izhah Hassoubah, *Mengasah Pikiran Kreatif dan Kritis*, ( Bandung: Nuansa, 2007), h. 20.



*benar dan waktu yang ditentukan. Dan sesungguhnya kebanyakan di antara manusia benar-benar ingkar akan pertemuan dengan Tuhannya. Tafsir Quran Surat Ar-Rum Ayat 8.<sup>63</sup>*

Perintah berpikir sebagai perkara yang penting dalam Islam seperti yang disebutkan sebelumnya. Al – Quran sendiri memerintahkan berulang kali bahkan menegaskan agar amalan ini diamalkan. Hal ini dapat dilihat dan telah diulang – ulang dalam banyak ayat salah diantaranya dalam Surat Al – Hasyr: 2 dan Surat Al – A’raf: 185

فَاعْتَبِرُوا يَا أُولِيَ الْأَبْصَارِ

*“Maka berpikirlah, wahai orang – orang yang berakal budi”*

أَوَلَمْ يَنْظُرُوا فِي مَلَكُوتِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا خَلَقَ اللَّهُ

*“Apakah mereka tidak memperhatikan segala kerajaan di langit dan bumi dan segala sesuatu yang telah diciptakan Allah”*

Seorang filosof Muslim di Cordoba menuliskan dalam bukunya” *Fashl al – Maqal Bayna al Hikmah wa Asy – Syariah*” memaknai kedua ayat tersebut memperlihatkan bahwa berpikir adalah perintah. Diterangkan pula bahwa proses berpikir bukan saja logika akal semata yang harus dijalankan, tetapi juga syariat secara beriringan, sehingga perintah ini dapat menyempurnakan kekuatan dzikir dalam kehidupan sehari – hari.

Dengan demikian, penulis dapat menarik kesimpulan berpikir tidak hanya merupakan sebuah kewajiban bagi manusia untuk mengolah informasi dan menggunakan informasi tersebut, namun proses ini dapat meneguhkan ketaqwaan dan pada saat yang sama menjauhi kesia – siaan dan kebathilan.

Para ahli psikologi saat ini berpendapat bahwa proses berpikir melalui beberapa tahap untuk mencapai taraf tinggi. Proses berpikir ini diantaranya sebagai berikut:

---

<sup>63</sup><https://tafsirweb.com/7372-quran-surat-ar-rum-ayat-8.html/> “Quran Surat Ar-Rum Ayat 8 (Diakses tanggal 17 Juli 2020)



- 1) Timbulnya masalah, kesulitan yang harus dipecahkan.
- 2) Mencari dan mengumpulkan fakta – fakta yang dianggap ada sangkut pautnya dengan pemecahan masalah.
- 3) Taraf pengolahan atau pencernaan, fakta diolah dan dicernakan.
- 4) Taraf penemuan atau pemahaman, menemukan cara memecahkan masalah
- 5) Menilai, menyempurnakan dan mencocokkan hasil pemecahan.

Ngalim Purwanto membagi tiga macam – macam cara berpikir. Yang pertama adalah berpikir induktif, suatu proses dalam berpikir yang berlangsung, dari khusus menuju kepada yang umum. Cara berpikir seperti ini tergantung pada representative atau tidaknya sampel yang diambil yang mewakili fenomena keseluruhan. Untuk mengukur kebenaran kesimpulan tersebut tergantung oleh obyektivitas dari si pengamat dan homogenitas dan fenomena – fenomena yang diselidiki. Kedua, berpikir deduktif, kebalikan dari berpikir induktif dimana proses yang berlangsung dari yang umum menuju ke khusus. Individu cenderung bertolak dari suatu teori ataupun prinsip, kesimpulan yang dianggapnya benar dan sudah bersifat umum. Terakhir, berpikir analogis, persamaan dan perbandingan yang berarti berpikir dengan jalan menyamakan atau memperbandingkan fenomena – fenomena yang bisa ataupun pernah dialami. Individu yang berpikir dengan proses ini beranggapan bahwa kebenaran dari fenomena – fenomena yang pernah dialaminya berlaku bagi fenomena yang dihadapi sekarang. Kesimpulan yang diambil dari berpikir analogis ini kebenarannya kurang dapat dipercaya karena kebenarannya ditentukan oleh factor kebetulan dan bukan berdasarkan perhitungan yang tepat.

#### **a. Pengertian Berpikir Kritis**

Secara etimologis, kata 'kritis' berasal dari bahasa Yunani, yakni "kritikos" (yang berarti mencerna penilaian) dan "criterion" (yang berarti standar), sehingga kata kritis mengandung arti mencerna penilaian berdasarkan standar. Jika dipadukan dengan kata berpikir, maka kita dapat



mendefinisikan berpikir kritis sebagai berpikir yang secara eksplisit dilatari oleh penilaian yang beralasan dan berdasarkan standar yang sesuai dalam rangka mencari kebenaran, keuntungan, dan nilai sesuatu<sup>64</sup>.

Kondisi sosial saat ini yang semakin kompleks dan didukung oleh kemajuan teknologi informasi, mendorong derasnya pertukaran informasi yang belum terverifikasi alhasil berdampak terhadap munculnya berbagai persoalan. Masih teringat pada tahun 2015, masyarakat khawatir dan resah oleh adanya informasi palsu yang menyebar luas bahwa akan terjadi kiamat dikarenakan tabrakan antara bumi dan astereoid besar. Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh NASA tidak demikian. Peristiwa ini merupakan potret masyarakat kita saat ini. Kritisisme sangat fundamental agar masyarakat dapat objektif ketika menerima informasi. Selain itu, berpikir kritis akan membantu mereka tidak tergesa dalam menilai kebenaran data begitu saja bahkan memberi ruang untuk memeriksa dan menolak adanya berita yang simpang siur.

Pengertian Berpikir Kritis menurut para ahli:

- a) Santrock menyatakan bahwa berpikir kritis adalah memahami makna masalah secara lebih dalam, mempertahankan agar pikiran tetap terbuka terhadap segala pendekatan dan pandangan yang berbeda, dan berpikir secara reflektif dan bukan hanya menerima pertanyaan - pertanyaan dan melaksanakan prosedur-prosedur tanpa pemahaman dan evaluasi yang signifikan<sup>65</sup>. Misalnya, suatu masalah harus dipahami akar dari permasalahannya agar tidak menimbulkan banyak penafsiran. Kemudian penyelesaian bisa dibandingkan dari beberapa sumber yang akurat.
- b) Hassoubah beranggapan bahwa berpikir kritis adalah berpikir secara beralasan dan reflektif dengan menekankan pembuatan keputusan tentang apa yang

---

<sup>65</sup>Chresty Anggreani, *Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis Melalui Metode Eksperimen Berbasis Lingkungan*, (Jurnal Pendidikan Usia Dini, Vol. 9, Edisi 2, November 2015),



harus dipercayai dan dilakukan.<sup>66</sup> Dalam berpikir harus mencari beberapa sumber untuk dibandingkan agar alasan bisa dipertanggung jawabkan.

- c) McPeck mendefinisikan berpikir kritis sebagai ketepatan penggunaan skeptis reflektif dari suatu masalah, yang dipertimbangkan sebagai wilayah permasalahan sesuai disiplin materi<sup>67</sup>. Suatu permasalahan harus dicari akar permasalahannya kemudian mencari penyelesaian dari berbagai informasi yang tepat sebagai pembanding, sehingga keraguan-keraguan yang timbul bisa dituntaskan dengan baik.
- d) Facione mengkonseptualisasi berpikir kritis sebagai variabel yang terdiri dari dua aspek utama, yaitu aspek (1) keterampilan berpikir kritis atau *critical-thinking skills* dan (2) sikap kritis atau *critical-thinking dispositions*. Bila aspek pertama merujuk pada kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi dan menyimpulkan, maka aspek yang kedua merujuk pada tendensi seseorang untuk menggunakan atau berpikir kritis<sup>68</sup>.

Dari beberapa definisi Berpikir Kritis di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa ketrampilan Berpikir Kritis sangat perlu dimiliki oleh siapapun untuk bertindak dan mengatasi konflik yang terjadi secara tepat karena adanya penafsiran, analisis, dan evaluasi yang berasal dari pemahaman makna masalah secara lebih dalam, mempertahankan agar tetap terbuka dan mengaitkannya dengan pengalaman – pengalaman baik dari diri sendiri maupun dari orang lain. Seseorang yang tidak memiliki ketrampilan Berpikir Kritis akan menghasilkan produk pemikiran yang tidak berkualitas. Kemampuan berpikir kritis ini mempunyai karakteristik tertentu yang dapat dilakukan

---

<sup>66</sup>P. Dwijananti, D. Yulianti, *Pengembangan Kemampuan...* H. 112

<sup>67</sup>Wowo Sunaryo Kuswana, *Taksonomi .....*, h. 21.

<sup>68</sup>Ahmad Sulaiman dan Nandy Agustin Syakarofath. "*Berpikir Kritis: Mendorong Introduksi dan Reformulasi Konsep dalam Psikologi Islam*". *Buletin Psikologi*. Vol. 26, No. 2, h. 88



dan dipahami oleh setiap orang. Seifert dan Hoffnung menyebutkan beberapa komponen berpikir kritis, yaitu<sup>69</sup>:

- a) *Basic operations of reasoning*. Untuk berpikir secara kritis, seseorang memiliki kemampuan untuk menjelaskan, menggeneralisasi, menarik kesimpulan deduktif dan merumuskan langkah-langkah logis lainnya secara mental.
- b) *Domain-specific knowledge*. Dalam menghadapi suatu problem, seseorang harus *mengetahui* tentang topik atau kontennya. Untuk memecahkan suatu konflik pribadi, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang person dan dengan siapa yang memiliki konflik tersebut.
- c) *Metakognitive knowledge*. Pemikiran kritis yang efektif mengharuskan seseorang untuk memonitor ketika ia mencoba untuk benar-benar memahami suatu ide, menyadari kapan ia memerlukan informasi baru dan merencanakan bagaimana ia dapat dengan mudah mengumpulkan dan mempelajari informasi tersebut.
- d) *Values, beliefs and dispositions*. Berpikir secara kritis berarti melakukan penilaian secara fair dan objektif. Ini berarti ada semacam keyakinan diri bahwa pemikiran benar-benar mengarah pada solusi. Ini juga berarti ada semacam disposisi yang persisten dan reflektif ketika berpikir.

## b. Berpikir Kritis dalam Islam

*Is there room for Critical Thinking in Islam?*<sup>70</sup> merupakan judul opini dari Ian Almond yang dimuat oleh Ajazeera.Com yang akan menanyakan apakah proses berpikir kritis mendapatkan tempat dalam ajaran Islam. Merujuk dari judul opini tersebut, penulis ingin menunjukkan bahwa dalam Islam dikenal dengan konsep "*Tabayyun*" yang berarti sebuah tindakan yang dilakukan untuk mencari kejelasan

---

<sup>69</sup>Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 154-155.

<sup>70</sup>Ian Almond, "Is there Room for Critical Thinking in Islam: To be Muslim is not to be politically asleep, but rather to be in a permanent state of critique" dalam <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/room-critical-thinking-islam-180406080925909.html>, (Diakses tanggal 9 Juli 2020)



hakekat atau kebenaran suatu fakta dengan teliti, seksama dan hati - hati. Maksudnya adalah dalam ajaran Islam setiap manusia dituntut dan didorong untuk senantiasa bersikap hati - hati, tidak mudah mencerna dan mengambil kesimpulan dari setiap informasi yang diperoleh tanpa terlebih dahulu berusaha membuktikan kebenarannya<sup>71</sup>.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa betapa berpikir kritis menjadi perhatian khusus yang perlu senantiasa dilakukan sejak awal kemunculannya bahkan hal ini telah tercantum di dalam kitab suci al-Qur'an. Ditambahkan pula oleh Jafar<sup>72</sup> perintah untuk memiliki sikap *tabayyun* bertujuan menjaga kemungkinan dampak timbulnya negative dari penerimaan berita yang tidak selektif, khususnya berita yang terkait dengan kehidupan bermasyarakat jika tidak berhati - hati akan menimbulkan ketidakstabilan dan tidak adanya keharmonisan dalam interaksi di masyarakat. Kemungkinan terburuk yang akan terjadi yaitu adanya kekacauan sehingga sangat perlu menghadirkan sikap *tabayyun* dalam berpir maupun dalam setiap tindakan.

Menurut Ahmad Sulaiman dan Nandy Agustin Syakafath (2018) dalam hasil penelitiannya "Berpikir Kritis: Mendorong Introduksi dan Reformulasi Konsep dalam Psikologi Islam, walaupun belum banyak penelitian mengenai jejak sejarah berpikir kritis dalam Islam, namun hal itu dapat terlacak hingga masa - masa terdahulu bahkan sebelum munculnya Socrates. Banyak kisah - kisah kenabian yang bisa menjadi tauladan misalnya kisah Nabi Ibrahim dalam upaya perjalanannya menemukan Tuhan atau kita bisa melihat kisah - kisah para sahabat dan terkhusus Umar Bin Khatab yang beradu argument karena perbedaan pendapat dengan Rasul. Kisah - kisah tersebut menunjukkan betapa Islam hadir untuk mengajak muslim memahami betul mengenai agamanya dan menekankan dialog dalam proses keagamaan.

---

<sup>71</sup>E. Efendi. "Tabayyun dalam Jurnalistik. Jurnal Komunikasi Islamika: Jurnal Komunikasi dan Kajian Islam". 2016., h. 3.

<sup>72</sup>I. Jafar" *Konsep Berita dalam Al-Qur'an (implikasinya dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial*. Jurnalisa 3(1). 2007, h. 1-15l.



Sejarah para nabi dan rasul yang dikisahkan adalah ketika Nabi Nuh a.s. membuat kapal atas perintah Allah swt. proses psikologi berpikir untuk memecahkan masalah tentang bentuk dan konstruksi kapal terjadi. Prose serupa terjadi bagaimana menemukan besi ketika Nabi Hud a.s. menemukan peradaban besi ketika menerima perintah dan Ilham. Ketika raja Fir'aun sama-sama diberi kekuasaan dan kekayaan di kisah yang berbeda juga ada nabi Sulaiman a.s. yang merupakan nabi dan mempunyai kekuasaan dan kekayaan, akan tetapi proses psikologis dalam menerima keadaan ini yang prespektifnya berbeda, ini tidak lepas dari psikologi yang berpikir akan sesuatu itu dalam kehidupan ini. Kisah nabi Ibrahim a.s. dalam mencari Tuhannya yang layak disembah, juga tidak lepas dari proses psikologis berpikir dalam jiwanya sehingga proses psikologis yang panjang, menemukan wahyu tentang Tuhannya.

Berpikir kritis tidak hanya menitikkan akan keyakinan dalam beragama saja tetapi berpikir kritis juga dapat kita saksikan dalam berbagai aspek kehidupan dan pengembangan keilmuan Muslim. McCarthy mengungkapkan dalam autobiografinya yang berjudul *Ál – Munqidh Min Al-Dalal* "Al-Munqidz Min ad-Dlalal (Penyelamat Kesesatan), berisi tentang pengalaman dan perjalanan pribadi al-Ghazali dalam menempuh jalur sufi. Dalam autobiografi tersebut, Al-Ghazali sangat menekankan berungkali akan pentingnya pemeriksaan baik berita, pendapat maupun teori- teori ilmu.

Al-Farabi yang diungkapkan oleh Fazlur Rahman (Fazlur Rahman, 2003: 5) menyatakan dalam mengaktualkan berpikir manusia ada 5 tahap: pada diri manusia ketika berpikir kritis meliputi: pertama; akal potensial, kedua; akal aktual-, ketiga; akal perolehan. Sedangkan pada berpikir kritis nabi meliputi tahap selanjutnya: keempat; ruh Kudus, kelima; akal kenabian.

### **C. Hubungan Berpikir Kritis dan *Publik Speaking***

Jika ada yang bertanya apakah hubungan berpikir kritis dan Public Speaking, Stephen. A Lucas dalam bukunya *Art of Public Speaking* menjawab *is a quite a lot*. Lucas menambahkan juga bahwa selama kelas berproses, Anda



akan menghabiskan banyak waktu untuk mempersiapkan pidato Anda. Hal ini tentunya sangat berkaitan dengan berpikir kritis yaitu fokus, pemikiran yang terorganisir tentang hal – hal seperti hubungan logis antara ide – ide, bukti yang nyata, dan perbedaan antara fakta dan pendapat.

*As the class proceeds, you will probably spend a good deal of time organizing your speeches. While this may seem like a purely mechanical exercise, it is closely interwoven with critical critical thinking focused, organized thinking about such things as the logical relationships among ideas, the soundness of evidence, and the differences between fact and opinion<sup>73</sup>.*

Ketika Anda berusaha mengekspresikan ide – ide Anda dalam bahasa yang jelas dan akurat, secara tidak langsung kemampuan berpikir kritis Anda pun akan meningkat dan lebih akurat. Mempelajari bukti – bukti yang ada dan mengaitkannya dengan proses penalaran, maka Anda akan bisa merasakan bagaimana mereka dapat digunakan dalam berkomunikasi dalam berbagai situasi

Mohammad Noer mengungkapkan bahwa kemampuan Public Speaking akan membuat seseorang berpikir lebih kritis Kemampuan berpikir kritis adalah kemampuan otak untuk mencari cara untuk memecahkan atau mengatasi permasalahan dengan cepat dan tepat. Hal ini karena public speaking akan menuntut seseorang untuk berbicara dengan menarik. Jadi harus memilih kata-kata dan cara penyampaian yang tepat. Secara tidak langsung, hal ini akan merangsang otak untuk berlatih berpikir kritis. Ketika berbicara di depan umum, individu dituntut untuk dengan cepat berpikir, kata-kata apa yang sebaiknya digunakan. Hal ini akan membantu berpikir kritis ketika dibutuhkan<sup>74</sup>.

---

<sup>73</sup>S. E. Lucas. *The art of public speaking*, 7th ed. (New York: McGraw-Hill, 2015), h. 17.

<sup>74</sup>Muhammad Noer “Pentingnya Kemampuan Public Speaking”. 27 Maret 2018. <https://www.presentasi.net/pentingnya-publicspeaking/> (diakses pada 15 Juli 2020, pukul 19.33)



Hal yang senada juga dinyatakan oleh Wrench, J.S., (2012: 12) bahwa salah satu manfaat public speaking yaitu *developing critical thinking skills, fine - tuning verbal and non verbal skills, overcoming fear of public speaking*". Public Speaking dan berpikir kritis sangat erat kaitannya dikarenakan dengan mengembangkan ketrampilan berpikir kritis, dapat menyempurnakan ketrampilan verbal dan nonverbal, dan mengatasi ketakutan berbicara di depan umum. Seseorang yang memiliki kemampuan berpikir secara kritis maka akan dapat mengidentifikasi masalah, memberikan solusi terhadap suatu masalah, memikirkan konsekuensi positif dan negative dari solusi, dan mengkomunikasikan ide kepada orang lain.





mendengarnya. Pahami bagaimana jenis pun speaking yang akan disampaikan, apakah jenisnya termasuk narasi pribadi, informatif, persuasif, atau seremonial, dengan demikian kita bisa mengetahui secara detail apa saja yang harus dipersiapkan.

- Narasi pribadi. Narasi hanyalah kata lain untuk cerita. Jika Anda diminta untuk bercerita tentang diri Anda, cari tahu apakah tujuannya adalah untuk mengajarkan pelajaran tertentu dari kisah hidup anda, menyampaikan moral, menawarkan inspirasi atau hanya untuk menghibur.
- *Public speaking* yang informatif. Ada dua jenis naskah informatif yaitu proses dan ekspositori. Jika Anda akan melakukan public speaking yang sifatnya proses, maka yang harus ada perjelasan adalah bagaimana sesuatu dibuat atau bagaimana sesuatu bekerja. Anda membawa audiens Anda langkah demi langkah melalui proses. Jika pidato Anda dimaksudkan sebagai ekspositori, tugas Anda adalah mengambil apa yang mungkin menjadi subjek yang kompleks dan memecahnya menjadi beberapa bagian sebagai cara mendidik audiens Anda tentang topik tersebut.
- *Public Speaking* yang persuasif. Jika Anda bermaksud membujuk, maka pekerjaan Anda adalah meyakinkan audiens Anda untuk mengadopsi cara berpikir tertentu, keyakinan atau perilaku yang Anda dukung.
- *Public Speaking* yang bersifat seremonial. Pidato upacara pidato kelulusan. Banyak dari pidato ini dimaksudkan dalam bentuk singkat dan fokusnya sering untuk menghibur, menginspirasi atau meningkatkan apresiasi audiens untuk seseorang atau sesuatu.

## **b. Menganalisis audiens /pendengar**

Apakah audiens Anda peduli dengan apa yang Anda pikirkan sebagai pembicara? Apakah yang anda sampaikan berpengaruh terhadap kehidupan mereka? Hal – hal seperti ini sangat penting untuk diperhatikan seorang *public speaker* karena *public speaking* adalah Tindakan berbicara di depan umum yang melibatkan interaksi antara pembicara dan audiens. Agar apa yang disampaikan mendapatkan tempat di



hati pendengar, Anda perlu menciptakan hubungan dengan pendengar Anda. Sebagaimana yang disampaikan oleh Sprague seorang pakar public speaking bahwa seorang public speaker tidak memberikan pidato kepada audiens tetapi mereka bersama – sama menciptakan makna dengan audiensnya.<sup>75</sup>Keberhasilan pidato Anda sebagian besar terletak pada bagaimana audiens Anda menerima dan memahaminya.

Kurangnya pertimbangan pada audiens dapat mengakibatkan malu, misalnya anda menceritakan lelucon yang tidak mereka hargai, atau menggunakan bahasa yang mereka anggap menyinggung. Cara terbaik untuk mengurangi risiko situasi seperti itu adalah dengan melakukan analisis audiens saat Anda mempersiapkan pidato Anda. Menganalisis audiens adalah proses pengumpulan informasi tentang orang-orang yang akan menjadi audiens anda, sehingga Anda dapat memahami kebutuhan, harapan, kepercayaan, nilai-nilai, sikap, dan kemungkinan pendapat mereka.

Hal lain yang akan anda dapatkan ketika melakukan proses analisis terhadap audiens adalah membantu Anda membuat pilihan yang baik dalam topik, bahasa, gaya presentasi, dan aspek lain dari pidato Anda. Semakin banyak yang Anda ketahui tentang audiens Anda, semakin Anda dapat melayani minat dan kebutuhan mereka, menggunakan informasi melalui analisis audiens adalah keterampilan penting bagi pembicara yang sukses. Seorang pakar public speaking, Jason Wrench menjelaskan ada tiga bentuk analisis terhadap audiens yaitu analisis demografi (*demographic analysis*), analisis psikografis (*psycographic analysis*), analisis situasional (*situational analysis*).<sup>76</sup>

#### **a) Analisis Demographi**

---

<sup>75</sup>Sprague at al. *The speaker's handbook (9th ed.)*. Boston, MA: Wadsworth Cengage.2010. p 124

<sup>76</sup>Jason F wrench. *Public Speaking (practice and ethics v.1.0.)* unknown publisher. 2012. H. 116



Informasi demografis mencakup faktor-faktor seperti jenis kelamin, rentang usia, status perkawinan, ras dan etnis, dan status sosial ekonomi. Ketika melakukan public speaking dikelas kemungkinan besar kita sudah mengetahui semua latar belakang siswa, berapa banyak laki – laki dan perempuan, dari mana mereka berasal dan hal lainnya, tetapi bagaimana Anda bisa menilai demografi audiens sebelumnya jika Anda tidak memiliki kontak sebelumnya dengan mereka? Dalam banyak kasus, Anda dapat meminta orang atau organisasi yang mengundang Anda untuk berbicara, untuk memberikan informasi awal, kemungkinan mereka dapat memberi tahu Anda banyak tentang demografi orang-orang yang diharapkan datang untuk mendengarkan Anda. berikut akan kita bahas setiap bagian dari analisis demografi.

- **Usia**

Ada hal-hal tertentu yang dapat Anda pelajari tentang audiens berdasarkan usia. Misalnya, jika anggota audiens Anda adalah mahasiswa tahun pertama, Anda dapat mengasumsikan bahwa mereka telah tumbuh di era pasca orde baru dan memiliki memori yang terbatas tentang seperti apa kehidupan sebelum reformasi. Jika audiens Anda termasuk orang-orang berusia empat puluhan dan lima puluhan, kemungkinan mereka ingat bagaimana krisis moneter pernah melanda Indonesia, serta beberapa informasi pendukung lainnya yang akan memberikan anda banyak pandangan mengenai topik dan seperti apa anda akan menyampaikannya.

- **Jenis kelamin**

Gender dapat mendefinisikan pengalaman manusia. Jelas, sebagian besar wanita memiliki pengalaman budaya yang berbeda dari pria dalam budaya yang sama. Beberapa wanita mendapati diri mereka dikeluarkan dari karier tertentu. Beberapa pria mendapati diri mereka disalahkan atas batasan yang dikenakan pada wanita. Dalam buku seperti *You Just Don't Understand* dan *Talking from 9 to 5*, ahli bahasa Deborah Tannen telah menulis secara luas tentang perbedaan antara gaya komunikasi pria dan wanita. Tannen menjelaskan, "Ini bukan untuk mengatakan bahwa



semua wanita dan pria, atau pria dan wanita, berperilaku dengan satu cara. Banyak faktor yang memengaruhi gaya kita, termasuk latar belakang regional dan etnis, pengalaman keluarga dan kepribadian individu. Tetapi gender adalah faktor kunci, dan memahami pengaruhnya dapat membantu memperjelas apa yang terjadi ketika kita berbicara.<sup>77</sup>

- **Budaya**

Dewasa ini, budaya sudah menjadi sumber identitas seseorang. Indonesia adalah negara multikultural yang sangat rawan dengan konflik karena budaya, setiap budaya memiliki kode etik, norma dan aturan yang berbeda. Salah satu hal yang paling dasar yang memisahkan antar budaya adalah Bahasa, sangat penting bagi seorang *public speaker* untuk berhati-hati dalam menggunakan Bahasa nasional yang baik dan benar ketika berbicara di depan umum, untuk menghindari adanya kesalahpahaman dalam penggunaan Bahasa.

- **Agama**

Indonesia adalah agama multiagama, ada 6 agama resmi yang diakui dan public speaking adalah salah satu model komunikasi yang populer diantara agama-agama ini. dalam Islam public speaking sudah menjadi metode dakwah, umat nasrani pun sama public speaking sudah menjadi model penyampaian informasi dan ajaran agama mereka. hal ini juga berlaku bagi agama lainnya. ada beberapa konflik yang terjadi karena kesalahpahaman pemaknaan terhadap pidato atau orasi tokoh agama atau tokoh masyarakat bahkan aparat pemerintah. contoh sederhana yang terjadi kepada Ahok yang beberapa waktu yang lalu menjadi sorotan sejumlah umat muslim di Indonesia karena pidatonya yang menyinggung orang muslim, meski jelas hal itu buka sesuatu yang di sengaja dan Ahok pun sudah mendapatkan hukuman atas kelalaiannya tersebut. hal ini menjadi bukti mengetahui bahwa latarbelakang agama audiesn menjadi sangat penting

---

<sup>77</sup>Deborah Tannen,D. *The talk of the sandbox: How Johnny and Suzy's playground chatter prepares them for life at the office.* The Washington Post. Retrieved from <http://www9.georgetown.edu/faculty/tannend/sandbox.htm>. (1994)



agar kita bisa menempatkan diri secara moderat saat menyampaikan sesuatu.

- **Keanggotaan Grup/ organisasi tertentu**

Audiens anda bisa saja berasal dari latar belakang organisasi yang berbeda, apakah organisasi keagamaan, sosial atau anggota group lain yang turut memengaruhi pandangan mereka terhadap dunia, yang jelas perbedaan organisasi dan komunitas tertentu memiliki nilai, tujuan, prinsip, dan kode etik masing-masing. Karena khalayak yang berbicara di depan umum sering kali merupakan anggota dari satu kelompok atau yang lain, keanggotaan kelompok adalah aspek analisis audiensi yang berguna dan sering kali mudah diakses. Semakin banyak Anda tahu tentang asosiasi anggota audiens Anda, semakin siap Anda untuk menyesuaikan pidato Anda dengan minat, harapan, dan kebutuhan mereka.

- **Pendidikan**

Pendidikan itu mahal, dan orang mengejar pendidikan karena berbagai alasan. Beberapa orang berusaha untuk menjadi berpendidikan, sementara yang lain berusaha untuk mendapatkan predikat profesional. Jenis pendidikan juga penting untuk diketahui oleh seseorang *public speaker*. Misalnya, mekanik pesawat terbang menjalani jenis pendidikan dan pelatihan yang sangat berbeda dari seorang akuntan atau insinyur perangkat lunak. Ini berarti bahwa tidak hanya tingkat pendidikan yang dicapai tetapi juga bidang tertentu adalah penting dalam pemahaman Anda mengenai audiens.

- **Pekerjaan**

Orang memilih pekerjaan karena alasan motivasi dan minat, tetapi pekerjaan mereka juga memengaruhi persepsi dan minat mereka. Ada banyak kesalahpahaman tentang sebagian besar pekerjaan oleh karena itu hal ini sangat penting untuk menghindari adanya pernyataan yang menimbulkan stereotip pada pekerjaan tertentu.

### **b) Analisis Psikografis**

Informasi psikografis, mencakup hal-hal seperti nilai, pendapat, sikap, dan kepercayaan. dalam buku grice and



skinner mengungkapkan bahwa nilai adalah dasar dari kepercayaan, sikap, dan perilaku manusia.

*"A value expresses a judgment of what is desirable and undesirable, right and wrong, or good and evil. Values are usually stated in the form of a word or phrase. For example, most of us probably share the values of equality, freedom, honesty, fairness, justice, good health, and family. These values compose the principles or standards we use to judge and develop our beliefs, attitudes, and behaviors."*<sup>78</sup>

Secara singkat analisis psikografis adalah analisis terhadap pengetahuan dan nilai dasar yang dipahami audiens mengenai isu tertentu. Nilai dan pemahaman awal itu bisa berasal dari pengasuhan keluarga, pengaruh budaya, dan pengalaman hidup mereka. Analisis psikografis dapat mengungkapkan gagasan yang sudah ada sebelumnya yang membatasi kerangka referensi audiens Anda. Dengan mengetahui tentang gagasan awal mereka Anda dapat akan lebih siap untuk mengolah bahan yang akan anda sampaikan kepada audiesn Audiens cenderung memiliki dua jenis konsep dasar yang sudah ada yakni pengetahuan mengenai topik dan pengetahuan mengenai pembicara.<sup>79</sup>

- **Pengetahuan Dasar mengenai topik (*Preexisting Notions about Your Topic*)**

Banyak hal yang jauh lebih kompleks daripada yang kita sadari. Stereotip media sering berkontribusi lebih dari apa yang kita bayangkan. Hal yang biasanya sederhana menjadi sangat kompleks karena dipoles oleh media dan dipahamai secara sepihak oleh masyarakat. misalnya mengenai topik "Gender" banyak perempuan muslim yang menghindari membahasa gender karena mereka mengira topik gender adalah hal yang mendombrak keyakinan mereka tentang Islam, karena banyaknya propaganda yang selalu

---

<sup>78</sup>Grice, G. L., & Skinner, J. F. *Mastering public speaking: The handbook (7th ed.)*. Boston, MA: Pearson. (2009)p. 115

<sup>79</sup>Jason F wrench. *Public Speaking (practice and ethics v.1.0.)* unknown publisher. 2012.p.121



memperhadapkan Islam dan gener itu sendiri. Maka sangat peting untuk memahami konsep dasar audiesn mengenai topik tertentu agar kita bisa membuat penilaian yang rasional dan terukur kepada mereka. Dalam berbicara kepada audiens yang mungkin memiliki definisi berbeda, Anda harus berhati-hati mendefinisikan istilah dengan cara yang jelas dan jujur. pada saat anda menganalisis audiens sangat penting untuk mengawalinya dengan pernyataan – pernyataan sederhana seperti, berapa banyak audeisn anda, apakah mereka sudah tahu topk yang akan anda bahas. Dengan demikian anda akan lebih mudah mempersiapkannya.

- **Pengetahuan dasar mengenai pembicara (*Preexisting Notions about You*)**

Orang-orang membentuk opini dengan mudah. Saya berikan contoh sederhana, siswa di sekolah membentuk kesan terhadap guru saat mereka masuk ke ruang kelas pertama kali. Anda mendapatkan kesan langsung tentang usia, kompetensi, dan sikap anda hanya dari penampilan dan perilaku nonverbal anda atau ari informasi yang mereka dapatkan dari orang lain. Berdasarkan kesan awal mereka, audiens anda mungkin sudah bisa membayangkan bagaimana jika anda memberikan public speaking, apakah akan menarik, membosankan, mengharukan dan sebagainya.

### **c) Analisis Situational**

Jenis analisis selanjutnya disebut analisis situasional karena berfokus pada karakteristik yang berkaitan dengan situasi pada saat anda berbicara. Analisis situasional dapat dibagi menjadi dua pertanyaan utama:

1. Berapa banyak orang yang datang untuk mendengarkan pidato anda dan mengapa mereka ada dating? Peristiwa, kekhawatiran, dan kebutuhan apa yang memotivasi mereka untuk datang? apa yang tingkat minat mereka,
2. Bagaimana lingkungan fisik pada saat anda berbicara? Berapa banyak audiens, tata letak ruangan, keberadaan podium atau mikrofon, dan ketersediaan media digital



untuk alat bantu visual? Adakah gangguan, seperti kebisingan lalu lintas dan lain - lain?

- **Jumlah Audiens/Pendengar**

Mengetahui jumlah pendengar anda akan sangat membantu dalam mempersiapkan beberapa hal, jumlah pendengar akan menentukan seberapa dekat anda dengan mereka. Jika jumlahnya sedikit maka tidak terlalu sulit untuk membiarkan setiap audiens merasa seolah-olah Anda berbicara dengannya. Dengan audiens yang lebih besar, lebih sulit untuk menjangkau setiap pendengar, dan pidato Anda akan cenderung lebih formal. Anda harus bekerja lebih keras untuk menyiapkan materi visual dan audio yang menjangkau orang-orang yang duduk di belakang ruangan, termasuk kemungkinan menggunakan amplifikasi.

- **Kondisi/Kesempatan**

Situasi lain yang harus dianalisis adalah pada kondisi atau kesempatan apa Anda menyampaikan *public speaking* karena ada banyak kesempatan untuk pidato. Sebagai contoh, upacara penghargaan, konvensi dan konferensi, liburan, dan perayaan. Namun, ada juga kondisi yang kurang menyenangkan yang mengaharuskan untuk pidato, seperti pemakaman, bencana, dan pengiriman berita buruk lainnya.

- **Pendengar Sukarela**

Audiens yang datang dengan sukarela untuk berkumpul karena mereka ingin mendengarkan pidato, menghadiri acara, atau berpartisipasi dalam suatu acara. mereka patut mendapatkan penghargaan dengan menyaksikan *public speaking* yang menarik dari anda. sebaliknya pendengar yang datang karena keterpaksaan mungkin tidak akan fokus dengan apa yang anda sampaikan. Namun yang datang dengan sukarela perlu anda ketahui.

- **Kondisi Fisik (sarana dan prasarana)**

Kondisi ruangan, sarana dan prasarana yang tidak mendapat kontrol dengan baik akan sangat mengganggu proses jalannya suatu acara terutama untuk pembicara inti. Jika memungkinkan sedapat mungkin anda mendapatkan



informasi mengenai hal ini agar anda dapat terhindar dari hal – hal teknis yang bisa mengganggu jalannya acara.

### c. Memilih Topik

Memilih topik dibatasi oleh beberapa hal yang bisa dijadikan tolak ukur untuk. Ketika anda menyampaikaikan public speaking di tempat tertentu, biasanya ada instruksi yang harus diikuti, atau ada batasan tertentu yang tidak bisa dilanggar. Misalnya, dalam dunia profesional berbicara di depan umum, pembicara sering kali disewa untuk berbicara tentang topik tertentu (mis., Manajemen waktu, kepuasan pelanggan, kewirausahaan). Dalam situasi seperti ini, ketika seorang pembicara disewa atau ditugaskan untuk berbicara tentang topik tertentu, dia tidak dapat memutuskan untuk berbicara tentang sesuatu yang lain. ada beberapa poin yang menjadi batasan ketika akan memilih topik yang harus diketahui oleh seorang *public speaker*.

- **Tujuan**

Batasan pertama adalah tujuan dari pidato yang akan disampaikan. Apakah tujuannya untuk informative, persuasive atau untuk menghibur. Jika Anda diberi tahu bahwa Anda akan menyampaikan pidato yang informatif, Anda secara otomatis akan terhambat untuk menyampaikan pidato dengan tujuan membujuk atau menghibur, begitupun sebaliknya.

- **Audiens**

Batasan kedua yang perlu Anda pertimbangkan sebagai pembicara adalah jenis audiens yang akan mendengarkan pidato anda. Sebagaimana dibahas dalam bab tentang analisis audiens, audiens yang berbeda memiliki kecenderungan politik, agama, dan ideologis yang berbeda. Dengan demikian, memilih topik pembicaraan untuk audiens yang memiliki pola pikir tertentu bisa sangat rumit. Sayangnya, memilih topik apa yang mungkin atau mungkin tidak sesuai untuk audiens tertentu didasarkan pada generalisasi tentang audiens tertentu. Misalnya, anda diminta berbicara di kampus Islam, anda mungkin berpikir bahwa semua audiens



anda memiliki pemahaman Islam yang setara karena berada di wilayah kampus, padahal bisa saja pemahaman awal mereka berbeda – beda.

- **Konteks**

Batasan ketiga terkait dengan konteks. Untuk tujuan berbicara, konteks pidato adalah seperangkat keadaan di sekitar pidato tersebut. Ada banyak konteks berbeda yang bisa kita temui pada saat akan menyampaikan *public speaking*, ruang kelas di perguruan tinggi, jemaat agama, ruang rapat perusahaan, pensiun desa, atau konvensi politik. Dalam setiap konteks yang berbeda ini, harapan untuk pembicara akan menjadi unik dan berbeda. Topik-topik yang mungkin sesuai di depan kelompok agama mungkin tidak sesuai di ruang rapat perusahaan. Topik yang sesuai untuk ruang rapat perusahaan mungkin tidak sesuai di konvensi politik.

- **Jangka waktu**

Kendala terakhir adalah jangka waktu pidato Anda. Dalam pidato yang panjangnya kurang dari sepuluh menit, Anda harus memfokuskan topik secara sempit ke satu gagasan utama.

Batasan – batasan yang digambarkan diatas bisa mempermudah anda dalam memp yang akan anda sampaikan. Secara keseluruhan, ketika mempersempit topik, Anda harus mulai dengan bertanya pada diri sendiri empat dasar pertanyaan berdasarkan batasan yang dibahas sebelumnya di bagian ini:

1. Apakah topik tersebut sesuai dengan tujuan umum yang saya maksudkan.
2. Apakah topiknya sesuai untuk audiens saya?
3. Apakah topik tersebut sesuai dengan konteks yang diberikan?
4. Bisakah saya berharap untuk memberi tahu atau meyakinkan audiens saya dengan jangka waktu yang saya miliki.

Dalam beberapa kondisi pada saat menentukan topik dan membuat naskah pidato, anda hanya mengumpulkan pikiran dan meletakkan semua ide Anda di atas kertas. Di lain



waktu, mungkin anda ditawari topik yang baru anda dengar sehingga Anda harus melakukan penelitian dan mendiskusikannya dengan orang yang lebih profesional. Internet bisa menjadi sumber yang bagus untuk mencari tahu lebih banyak tentang topik tertentu, berdiskusi dengan teman atau membaca beberapa buku referensi agar lebih memperkuat konsep dasar dari topik yang Anda pilih.

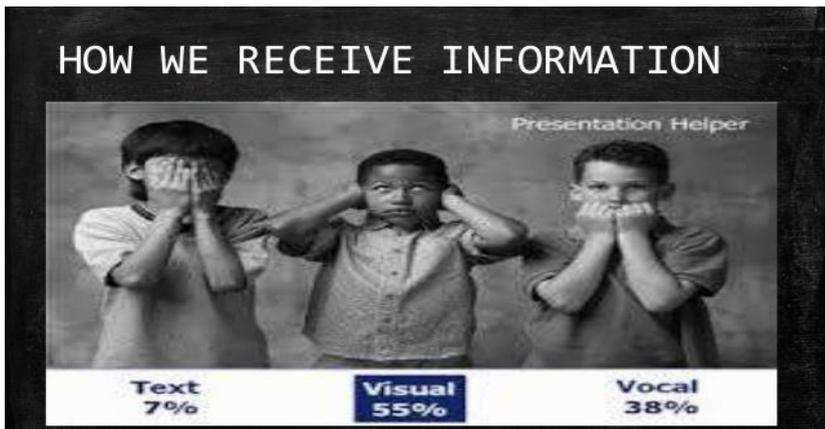




## BAB VI

# PRESENTASI DENGAN ALAT PERAGA VISUAL

*"The act of creation a visual language so impactful, it carries and conveys the perfect message"*  
*-Anonimous*



## Gambar 7.1<sup>80</sup>

Apakah Anda pernah menghadiri suatu forum dimana pembicara pertama menyampaikan idenya dengan sangat jelas dan menarik tanpa menggunakan alat bantu visual sedangkan pembicara kedua tampil sama baik dan menarik dengan pembicara pertama, namun menggunakan alat bantu visual. Say yakin Anda akan lebih menikmati dan memahami presentasi dari pembicara kedua.

Ketika kita berkomunikasi langsung, audiens akan menerima informasi melalui tiga bagian, yaitu dari kata – kata yang kita ujkarkan, bagaimana bunyi suara yang kita produksi dan apa yang dilihat oleh audiens kita. Berdasarkan penelitian Dr. Albert Mehrabian, pelopor pemahaman komunikasi sejak tahun 1960-an sekaligus pengajar dan peneliti di Univesity of California, Los Angeles menemukan istilah 3 V yang merujuk kepada *vocal*, *verbal*, dan *visual*. Secara sederhana, hasil penelitiannya mengenai 3V umumnya disampaikan sebagai berikut yakni 7% makna dari pesan yang disampaikan ditangkap lewat verbal/ kata – kata, 38% makna dari pesan yang disampaikan ditangkap lewat vocal/ intonasi dan 55% makna dari pesan yang disampaikan ditangkap lewat visual/bahasa tubuh<sup>81</sup>.

Stephen A. Lucas menceritakan bagaimana Devin Marshall menggunakan alat bantu visual dalam bukunya *Art of Speaking*, Terdiagnosa dengan tekanan darah tinggi ketika masih sekolah, Devin Marshall memutuskan untuk memberikan pidato persuasive mengenai jumlah garam yang berlebihan dalam diet orang Amerika. Ketika waktunya pidatonya tiba, dia membawa sebuah kotak yang besar ke dalam kelas dan menaruh kotak besar itu persis disampingnya. Gelak dari Devin menimbulkan rasa ingin tahu dari audiens yang hadir pada saat itu. Dari dalam kotak yang besar tadi, Devin mengeluarkan paket garam *Morton Salt*,

---

<sup>80</sup>[https://www.consultpivotal.com/visual\\_aids\\_presentation.htm](https://www.consultpivotal.com/visual_aids_presentation.htm) “Use visuals aids in your next presentation” (Diakses tanggal 15 Juli 2020).

<sup>81</sup>Ibrahim Elfiki. *Terapi Komunikasi Efektif*. The Canadian Training Centre of NLP.2000. H. 119 - 121



gelas ukur, dan dua buah piring. Kemudian diapun memulai pidatonya. Pertama ia menjelaskan konsumsi garam tiap bulan yang direkomendasikan oleh Assosiasi Kesehatan Amerika. Sebagai ilustrasi, Devin mulai mengukur garam ke dalam gelas ukur dan memindahkan ke dalam piring dan menunjukkan kepada audiens. Kemudian, dia memperlihatkan melalui statistic berapa banyak garam rata – rata orang Amerika konsumsi dalam sebulan. Sambil menjelaskan, dia mengukur jumlah garam yang dikonsumsi oleh orang Amerika dan akhirnya setelah selesai melakukan pengukuran, piring kedua sudah terisi dua ponds garam. “Sekarang mari kita ukur berapa jumlah garam yang kita konsumsi dalam setahun dengan mengalikan 12” ujarnya. Akhirnya, Devin mulai mengeluarkan satu persatu kontainer garam *Morton Salt* dari kotak yang besar tadi dan menumpunya membentuk piramida. Terhitung ada kurang lebih 14 kontainer garam atau setara dengan 24 pound garam (10, 896 kg)

Kira – kira apa yang Anda rasakan ketika Anda menjadi salah satu audiens Devin. Kemungkinan Anda akan mengurangi konsumsi garam dalam makanan Anda. Masih teringat dengan ungkapan yang sangat populer *one picture is worth a thousand words*. Apabila kita simak kembali presentasi dari Devin, sangat jelas menggambarkan bahwa alat peraga yang digunakannya dalam presentasi sangat *powerful* untuk memengaruhi audiensnya. Hal ini akan berbeda ketika Devin hanya berpidato tanpa menggunakan alat peraga.

Pembicara yang hebat yang menggunakan alat peraga visual akan membuat audiensnya lebih mudah memahami, tertarik, dan pesan yang disampaikan akan bertahan lebih lama asalkan alat peraga dapat dimaksimalkan dengan baik. Maka dari itu, saya akan membahas lebih jauh mengenai alat peraga visual ini<sup>82</sup>.

---

<sup>82</sup>Stephen E. Lucas. *The Art of Public Speaking*. Mc Graw. Hill education, New York. 2015. H. 18



## a. Jenis – Jenis Alat Peraga Visual

Alat peraga bisa dikatakan sebagai media, media berasal dari bahasa Latin bentuk jamak dari kata *medium* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar, dalam bahasa Inggris media dikenal dengan istilah *medium* yang berarti perantara, demikian pula dalam bahasa Arab disebut *wasa'il* yang berarti perantara<sup>83</sup>.

Menurut Heinich, dkk dalam Sri Anitah, dkk media merupakan alat bantu saluran komunikasi. Media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah berarti “perantara”, yaitu perantara sumber pesan (a source) dengan penerima pesan (a receler). Heinich mencontohkan media ini seperti film, televisi, diagram, bahan tercetak (printer materials)<sup>84</sup>

Dapat disimpulkan alat peraga visual adalah suatu alat pendukung yang ditunjukkan sebagai pengantar ide, gagasan, atau pendapat dari *speaker* sehingga ide, gagasan, atau pendapat bisa sampai ke *hearer* yang dituju. Alat peraga visual digunakan untuk mendapatkan efek pembicaraan yang lebih efektif, namun seperti yang saya sampaikan memilih alat peraga yang cocok untuk mendukung ketika melakukan Public Speaking sangat fundamental. Alat peraga visual seharusnya berwarna dan unik namun hindari menggunakan alat peraga yang menyilaukan yang dapat mengganggu kehadiran si pembicara. Hal penting lainnya yang perlu diperhatikan yakni jangan sampai alat peraga yang digunakan mengurangi *eye contact* atau interaksi kita dengan audiens, misalnya membaca slide pada saat presentasi.

*Visual aids and props should be colorful and unique, but not so dazzling that they detract from the speaker's presence. Never use visual aids and props as a way of*

---

<sup>83</sup>*Ibid.* h. 19.

<sup>84</sup>Sri Anita dkk. *Strategi Pembelajaran di SD* (Jakarta, Universitas Terbuka 2008), h.

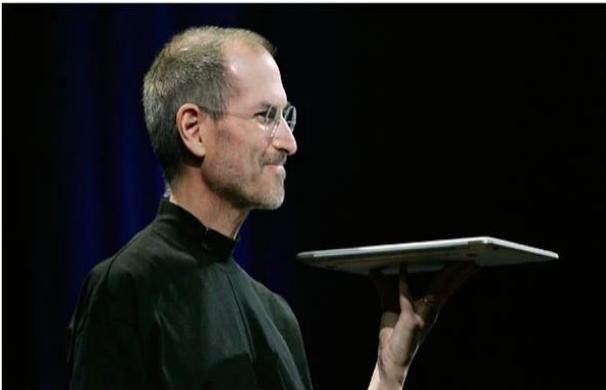


*avoiding eye contact or interaction with an audience, such as reading directly from slides<sup>85</sup>.*

Dari penjelasan di atas sangat perlu mengetahui jenis – jenis peraga visual yang cocok/ sesuai dengan presentasi yang akan kita bawakan. Jenis – jenis visual aid yang bisa dipertimbangkan untuk digunakan dalam *Public Speaking* diantaranya *diagram, graphs, charts, maps, powerpoint slides, handouts, photographs or sketches, physical objects and props<sup>86</sup>.*

Lucas (2015) menyebutkan ada 5 jenis alat peraga yang bisa digunakan dalam Public Speaking, diantaranya

### 1. Benda Nyata dan Model



Gambar 7.2<sup>87</sup>

Menampilkan benda nyata ataupun model dalam presentasi atau ketika *Public Speaking* adalah cara terbaik untuk mengklarifikasi suatu ide atau ketika kita ingin memberikan dampak yang dramatis kepada audiens. Saya

---

<sup>85</sup>Visual Aids and Props. Diakses dari <https://www.toastmasters.org/resources/public-speaking-tips/visual-aids-and-props>. Pada tanggal 15 Juli 2020

<sup>86</sup>*Ibid.*

<sup>87</sup>Enhancing Its Hits, Apple Adds Movie Rentals, Ultralight Laptop. Diakses dari <https://www.nytimes.com/2008/01/16/technology/16apple.html>. Pada tanggal 16 Juli 2020. Pada pukul 13.00



masih teringat ketika membawa menjadi trainer *Active Citizens British Council* di depan Bapak/Ibu dosen dan mahasiswa, pada saat itu saya menunjukkan tanah dan daun yang saya ambil disekitar kampus sebagai alat bantu visual menjelaskan *hummingbird*. Ketika saya menanyakan alasan saya membawa benda itu, para audiens memberikan jawaban yang bervariasi, menarik bahkan ada jawaban yang lucu mengundang gelak tawa dari audiens yang lain. Setelah melakukan konfirmasi dan penjelasan, akhirnya sesi tersebut terlaksana dengan sangat baik dan menyenangkan.

Secara teori, penggunaan media realita ini memiliki banyak kelebihan, misalnya memberikan pengalaman nyata kepada audiens. Kadangkala seorang Public Speaker tidak dapat menunjukkan benda tersebut di dalam kelas ataupun forum karena ukurannya yang terlalu besar, terlalu kecil. Atau tidak bisa dihadirkan dalam bentuk yang sebenarnya yang disebabkan oleh keterbatasan – keterbatasan tertentu. Oleh karena itu, perlu ada jenis media lain sebagai penggantinya, seperti media model.

Media model diartikan sebagai benda tiruan dalam wujud tiga dimensi yang merupakan representasi atau pengganti dari benda yang sesungguhnya. Penggunaan model sebagai media dalam Public Speaking dimaksudkan untuk mengatasi kendala tertentu untuk pengadaan realita. Model suatu benda dapat dibuat dengan ukuran yang lebih besar, lebih kecil atau sama dengan benda sesungguhnya. Model juga bisa dibuat dalam wujud yang lengkap seperti aslinya, bisa juga lebih disederhanakan hanya menampilkan bagian/ciri yang penting. Contoh model adalah: Candi Borobudur, pesawat terbang atau Tugu Monas yang dibuat dalam bentuk mini.



## 2. Foto/Gambar



Gambar 7.3<sup>88</sup>

Foto/Gambar merupakan salah satu pilihan ketika benda/model tidak tersedia. Media ini seringkali digunakan oleh Public Speaker karena sifatnya *universal*, mudah dimengerti, dan tidak terikat oleh keterbatasan bahasa. Banyak kelebihan yang ditawarkan oleh media foto/gambar, a.l: sifatnya konkret, dapat mengatasi batasan ruang, waktu, dan indera, biaya yang dikeluarkan relative murah, serta mudah dibuat dan digunakan pada saat berbicara di depan umum.

Meskipun demikian, ada beberapa persyaratan yang perlu diperhatikan ketika menggunakan media ini yakni

- a. Otentik, foto/gambar yang otentik akan lebih menarik ditampilkan pada saat presentasi karena foto/gambar tersebut jujur memperlihatkan situasi yang sebenarnya seperti kalau orang melihat benda sebenarnya.
- b. ukurannya proporsional, Foto/gambar akan lebih efektif ketika ukurannya proporsional.
- c. Sederhana, komposisi foto/gambar hendaknya cukup jelas menunjukkan hal – hal pokok dalam gambar.

---

<sup>88</sup>Walker sleep is your super power. Diakses dari [https://www.ted.com/talks/matt\\_walker\\_sleep\\_is\\_your\\_superpower](https://www.ted.com/talks/matt_walker_sleep_is_your_superpower). Pada tanggal 16 Juli 2020. Pukul 15.30 WITA



- d. *Gambar/foto sebaiknya mengandung gerak atau perbuatan.* Gambar yang baik tidaklah menunjukkan obyek dalam keadaan diam tetapi memperlihatkan aktivitas tertentu.
- e. *Tidak semua gambar/foto yang bagus merupakan media yang bagus.* Sebagai media yang baik, gambar hendaklah bagus dari sudut seni dan sesuai dengan tujuan dari Public Speaking.

Menurut Lucas (2015), cara yang terbaik untuk memperlihatkan foto/gambar ke audiens dengan memasukkannya dalam slide presentasi *PowerPoint/Keynote*. Foto/Gambar yang diperlihatkan selama presentasi akan memberikan dampak positif bagi penderita *dyslexia* untuk memahami secara menyeluruh ide atau pesan yang disampaikan oleh Public Speaker.

### 3. Grafik

Menampilkan deretan angka – angka dalam presentasi sering membuat audiens kesulitan untuk menangkap informasi yang disampaikan. Menurut Lucas (2015), hal ini bisa ditaktisi dengan menunjukkan data – data statistik dan pola melalui grafik. Grafik disusun berdasarkan prinsip – prinsip matematik dan menggunakan data – data komparatif. Alat bantu visual ini digunakan untuk menjelaskan perkembangan atau perbandingan suatu obyek yang saling berhubungan.

Adapun manfaat menggunakan grafik, sebagai berikut:

- a) Memungkinkan audiens mengadakan analisis, penafsiran dan perbandingan antar data-data yang disajikan, baik dalam ukuran, jumlah, pertumbuhan, maupun arah tertentu.
- b) bermanfaat untuk mempelajari hubungan kuantitatif dengan beberapa data.
- c) penyajian pesannya cepat, jelas, menarik, ringkas, dan logis.

Semakin rumit dan kompleks data Anda ditampilkan akan lebih efektif ketika disajikan dalam bentuk grafik. Ketika menyajikan data dalam bentuk grafik yang perlu diperhatikan adalah grafik tersebut jelas terlihat dan terbaca



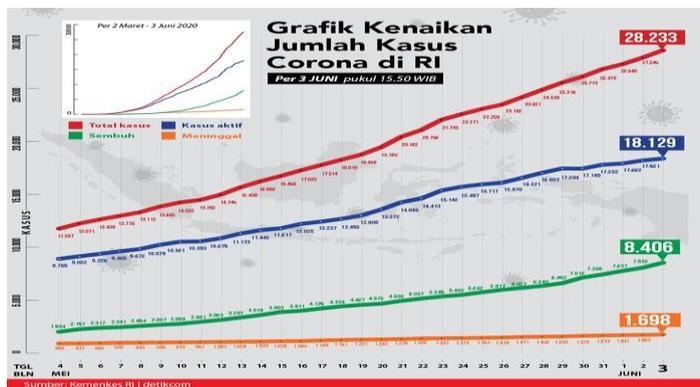
oleh audiens, menggunakan warna – warna yang kontras dan harmonis, dibuat secara ringkas dan diberikan judul, sederhana, menarik, teliti, dan mampu “berbicara sendiri”/ tidak memerlukan informasi tambahan, dan akurat.

Berikut ada beberapa jenis grafik yang Anda bisa gunakan sesuai dengan tujuan presentasi diantaranya grafik garis, grafik batang, dan grafik lingkaran.

a) **Grafik garis.**

Grafik garis atau *line graphs* termasuk dalam kelompok grafik dua berskala, atau dua proses yang dinyatakan dalam garis vertikal dan garis horizontal yang saling bertemu, yakni sumbu X dan sumbu Y. Baik pada garis horizontal maupun vertikal dicantumkan angka-angka yang akan menyampaikan informasi tertentu dari pesan yang akan disajikan. Grafik garis dapat menunjukkan data informasi secara terus menerus atau berkelanjutan selama periode tertentu. Grafik ini sangat ideal untuk menampilkan tren data pada

Interval/rentang waktu yang sama. Penggambarannya bisa menggunakan garis lurus, garis patah, dimulai dari kiri ke kanan, naik, turun, atau mendatar. Berikut contoh penyajian data grafik garis Kasus Corona di Indonesia dari *detik.com*.<sup>89</sup>



Gambar 7.4

<sup>89</sup>Tim Detik.com-detikNews.Grafik Corona di RI 3 Juni: Kasus Baru, Sembuh, Meninggal Naik, diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-5039260/grafik-corona-di-ri-3-juni-kasus-baru-sembuh-meninggal-naik> tanggal 17 Juli 2020, Pukul 11.00 WITA

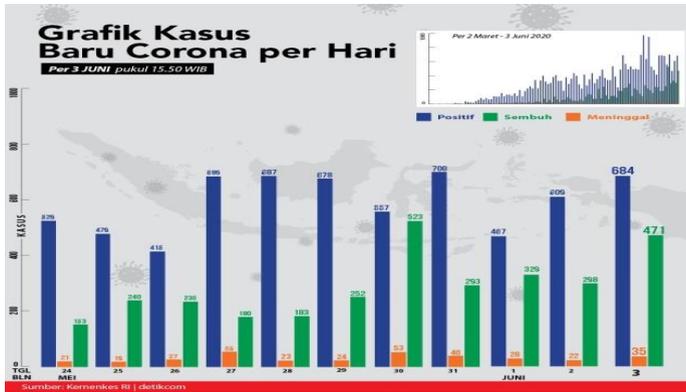
Grafik garis kasus *Corona* Indonesia masih fluktuatif. Tercatat kasus baru, kasus sembuh, dan kasus meninggal mengalami kenaikan. Total kasus *Corona* sebanyak 28.233 kasus yang tersebar di 34 provinsi. Angka ini lebih banyak dari penambahan kasus baru kemarin (2/6) yang sebanyak 609 kasus. Angka kesembuhan dari *Corona* juga mengalami kenaikan pada hari ini dibanding kemarin. Angka kesembuhan dari *Corona* juga mengalami kenaikan pada hari ini dibanding kemarin. Angka kesembuhan hari ini mencapai 471 kasus. Lebih tinggi dibanding kemarin yang mencapai 298 kasus. Begitu juga kasus kematian yang hari ini ada penambahan sebanyak 35 kasus. Kasus meninggal lebih banyak dibanding angka kemarin sebanyak 22 orang.

**b) Grafik batang.**

Sama halnya grafik garis, grafik batang juga menggunakan proses vertikal dan horizontal. Grafik jenis ini bermanfaat untuk membandingkan sesuatu obyek, atau peristiwa yang sama dalam waktu yang berbeda tentang sesuatu yang sama. Lucas (2015) berpendapat grafik batang cara yang terbaik untuk menunjukkan perbandingan antara dua atau lebih obyek. Keuntungan menggunakan grafik batang dalam presentasi yakni memudahkan audiens untuk mengerti walaupun mereka tidak memiliki ketrampilan membaca grafik.

*“The bar graph is a particularly good way to show comparisons among two or more items. It also has the advantage of being easy to understand, even by people who have no background in reading graphs”*





Gambar 7.5<sup>90</sup>

Dari tampilan grafik batang di atas, maka sangat jelas terlihat perkembangan kasus Covid 19 di Indonesia dari tanggal 24 Mei sampai 3 Juni 2020. Sebagai audiens akan mudah membandingkan kasus

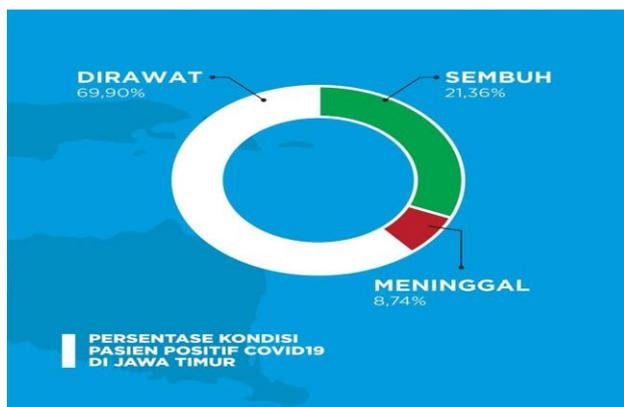
c) ***Grafik Lingkaran (circle atau pie graphs***

Diagram ini digunakan untuk penyajian data statistik yang dinyatakan dalam persen atau derajat untuk menggambarkan bagian-bagian dari suatu keseluruhan serta perbandingan bagian-bagian tersebut. Idealnya, grafik lingkaran atau *pie graph* memiliki dua sampai lima bagian. Banyak kelebihan dengan menggunakan grafik lingkaran atau diagram diantaranya adalah tempat untuk membuat diagram lingkaran tidak terlalu besar dan sangat berguna untuk menunjukkan dan membandingkan proporsi dari data. Namun, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu, diagram lingkaran tersebut tidak dapat menunjukkan frekuensinya dan penggambaran bagian – bagian tersebut dilakukan dengan pecahan atau persentase.

<sup>90</sup> *Ibid.*



#### 4. Chart



Gambar 7.6

Ketika mempersiapkan persentasi kadangkala kita memiliki banyak data yang ingin dipresentasikan kepada audiens. Dianjurkan untuk menggunakan bagan atau *charts* seperti yang ada di atas<sup>91</sup> karena sangat berguna untuk menyimpulkan informasi yang berlimpah. Namun perlu diperhatikan untuk menghindari kesalahan misalnya menumpuk informasi ke dalam *chart*. Bagan atau *chart* sebaiknya dapat dimengerti oleh pembacanya, sederhana dan lugas, tidak rumit atau berbelit – belit, selalu senantiasa mengikuti perkembangan jaman sehingga penyajian data menggunakan alat bantu visual ini akan selalu menjadi daya tarik para audiens.

#### 5. Video

Video memberikan banyak manfaat dalam pengalaman pembelajaran karena menyajikan pengalaman yang berbeda, meningkatkan pemahaman lintas budaya, kreatifitas, dan

---

<sup>91</sup>Hilda Meilisa. 22 Pasien Positif Corona di Jatim Sembuh, Persentase Kesembuhan Capai 21%. Diakses dari [https://www.google.com/search?q=persentase+kondisi+pasien+positif+covid+19+jawa+timur&safe=strict&prmd=niv&sxsrf=ALeKk02Awntvx\\_LXKUPuI9x\\_bFxiUhhFCHQ:1597033192514&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiXiYmh5I\\_rAhXEZSsKHcN6DFUQ\\_AUoAnoECAoQAg&biw=360&bih=598#imgc=bDPRUL9N-yr4BM](https://www.google.com/search?q=persentase+kondisi+pasien+positif+covid+19+jawa+timur&safe=strict&prmd=niv&sxsrf=ALeKk02Awntvx_LXKUPuI9x_bFxiUhhFCHQ:1597033192514&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiXiYmh5I_rAhXEZSsKHcN6DFUQ_AUoAnoECAoQAg&biw=360&bih=598#imgc=bDPRUL9N-yr4BM). Pada tanggal 18 Juli 2020. Pukul 13.00 WITA



memberikan motivasi yang lebih ke audiens<sup>92</sup>. Senada dengan hal tersebut, Lucas (2015) menganjurkan untuk menggunakan video ketika berbicara mengenai dampak yang disebabkan oleh suatu kejadian yang dramatis atau ketika menjelaskan jenis – jenis *roller coaster* di taman.

*Suppose you are explaining the different kinds of roller coasters found in amusement parks. Your best visual aid would be a video showing those coasters in action*<sup>93</sup>

Agar video yang ditampilkan lebih efektif, maka ada beberapa persyaratan yang perlu diperhatikan oleh *Public Speaker*.

- a) Pastikan videonya tidak terlalu panjang. Video yang berdurasi 30 detik akan lebih diingat audiens dan apapun yang lebih dari 30 detik akan mengganggu dan memengaruhi perhatian mereka.
- b) Ketika memulai video, pastikan Anda mengetahui dimana video akan disajikan sehingga akan mendukung dari presentasi yang kita sampaikan.
- c) Memastikan video yang diputar pada saat presentasi seirama dengan hal yang kita sampaikan.
- d) Selalu mencoba video di di *projector* terlebih dahulu sebelum memulai presentasi. Karena kadangkala ada beberapa video yang nampak jelas di layar komputer, namun akan *blur* ketika terkoneksi di layar *projector*.

## **b. Panduan untuk Menggunakan Alat Peraga Visual**

Alat peraga visual akan memberikan kekuatan dalam penyampaian informasi kepada para audiens. Namun, ada hal-hal yang perlu diketahui dan dilakukan seperti yang dikemukakan oleh Lucas (2015), antara lain:

---

<sup>92</sup>Stephen E. Lucas. *The Art of Public Speaking* (Mc Graw. Hill education, New York. 2015), h. 267.

<sup>93</sup>*Ibid.*, h. 268.



### **1. Mempersiapkan alat peraga dengan baik dari jauh – jauh hari**

Mempersiapkan alat peraga jauh – jauh hari sebelumnya akan memberikan manfaat bagi Anda karena memiliki Anda bisa berlatih untuk mempratekkan menggunakan alat peraga secara kreatif. Carmine Gallo mengungkapkan bahwa seorang Steve Jobs, pendiri *Apple* yang dijuluki *showman* ketika melakukan presentasi terlihat mudah karena Jobs melakukan banyak upaya sehingga presentasinya luar biasa. Bahkan untuk mempersiapkan presentasinya, Job mempersiapkannya jauh – jauh hari.

*Steve Job made presentation look effortless because he put a lot of effort into making great...The reporter pointed out that Jobs had begun preparing the presentation weeks in advance.*

Berapa lamakah Anda mempersiapkan presentasi Anda?

### **2. Memilih Alat Bantu Visual yang Sederhana, Jelas, dan *To The Point***

Ada pepatah lama yang mengatakan bahwa “*There is beauty in simplicity*” sama halnya pada saat menggunakan alat bantu visual. Menurut Lucas (2015) alat bantu sebaiknya sederhana, jelas, *to the point*.

### **3. Memastikan Alat Bantu Visual Cukup Besar untuk diakses oleh Audiens**

Seperti yang saya sebutkan sebelumnya bahwa alat bantu visual yang baik adalah ketika bisa disaksikan oleh audiens dan memudahkan mereka untuk memahami lebih mudah informasi yang disampaikan. Lucas (2015) menyarankan untuk memastikan ukuran dan kondisi ruangan yang akan digunakan untuk presentasi. Ketika Anda



menggunakan *Power Point*, perlu mengecek dari posisi audiens yang paling jauh dari posisi Anda ketika presentasi, untuk mengetahui apakah *fonts* atau gambar terlihat jelas.

#### **4. Menggunakan Teks yang Singkat, Padat, dan Jelas**

Ketika memasukkan teks ke dalam alat peraga, ada peraturan umum yang harus dipatuhi, yaitu *briefers is better* maksudnya adalah hanya memasukkan kata – kata kunci yang penting saja agar pendengar bisa menangkap dan memproses informasi yang kita berikan. Ketika Anda ingin memasukkan teks, menurut Lucas ( 2015) dalam bukunya *The Art of Public Speaking* menasihatkan untuk mematuhi peraturan umum yaitu baris teks tidak disarankan lebih dari enam baris. Jika ingin menggabungkan dengan foto/gambar, sebaiknya untuk mengurangi baris teks sehingga ukuran dari teks tidak terlalu kecil. Ketika ingin menyampaikan poin – poin penting, alangkah baiknya untuk menambah beberapa slide untuk menghindari penumpukan teks dalam satu slide

*A general rule for slides that contain only text is to include no more than a half-dozen lines of type. If you are combining text with images, you may need to limit yourself to fewer lines to keep the text from getting too small. If you have a number of important points to cover, spread them out over multiple slides.*

#### **5. Gunakan *Fonts* secara Efektif**

Tidak semua *fonts* cocok digunakan untuk alat bantu. Penggunaan *fonts* dengan efektif akan memberikan dampak yang berbeda dalam slide kita. Silahkan memilih *fonts yang* lebih jelas dan mudah untuk dibaca. Usahakan untuk tidak menggunakan *all CAPS* karena akan membuat tulisan sulit untuk dibaca.

Berikut beberapa hal yang perlu diketahui untuk membantu kita dalam mengaplikasikan *fonts* dalam slide, diantaranya adalah:

- a) Beberapa sumber merekomendasikan menggunakan *Font* Arial, Tahoma, Verdana, Baskerville, Courier, Gill Sans, Optima Times New Roman



- b) Untuk ukuran *font*, direkomendasikan untuk judul menggunakan 40 point (*font size*) Verdana 40 point. Ukuran *subtitle* Verdana 32 point, dan konten slide lebih baik tidak lebih kecil dari Verdana 24 point.
- c) Tidak direkomendasikan menggabungkan *bold* dan *italic* style.
- d) *Italic style* hanya digunakan untuk “quotes” atau pokok pikiran dan ide. Selain itu, judul dari buku, jurnal, dan majalah menggunakan *italics*
- e) Tidak direkomendasikan menggunakan All CAPS atau huruf capital semuanya karena akan menyulitkan pembaca untuk membacanya.

## 6. Memilih Warna yang Efektif untuk Slide Presentasi

Pemilihan warna dalam slide presentasi merupakan salah satu keputusan yang penting dalam mendesain slide. Memadupadankan warna dengan tepat akan membuat tampilan slide presentasi Anda terlihat bagus, konsisten, mudah diikuti sehingga membantu menguatkan pesan yang anda sampaikan kepada audiens. Namun perlu memahami warna apa saja yang bisa dikolaborasikan karena ada beberapa warna yang tidak bisa dikombinasikan. Memilih perpaduan warna yang cocok dan harmonis satu sama lain sering menjadi tantangan tersendiri dalam mendesain slide presentasi sehingga perlu mempelajari teori tentang warna secara khusus. Salah satu cara yang termudah yaitu dengan mencari paduan skema warna yang sudah dibuat orang lain dan bisa kita aplikasikan dalam merancang slide presentasi<sup>94</sup>.

---

<sup>94</sup>Mohammad Noer. Penggunaan Skema Warna yang Harmonis Dalam Slide Presentasi. June 10 2015. Diakses dari <https://www.presentasi.net/warna-dalam-presentasi/> tanggal 20 Juli 2020.





## BAB VII

### MENYAMPAIKAN PRESENTASI

*“During the first minutes of your presentation, your job is to assure the audience members that you are not going to waste their time and attention”*

Dale Ludwig

#### a. Pengertian Presentasi yang Baik

Pernahkah suatu ketika saya menghadiri suatu presentasi seorang kawan yang sedang bercerita mengenai kehidupan anak – anak di pesisir, di Pangkep. Sayapun belum pernah mengunjungi daerah tersebut. Tetapi, pada saat kawan saya ini mempresentasikan mengenai kegiatan pemberdayaan yang mereka lakukan, saya merasa sudah diajak dan merasakan kehidupan disana. Presentasi yang dibawakan sederhana namun dipresentasikan dengan baik. Selain itu, Anda akan banyak belajar bagaimana menggunakan komunikasi nonverbal untuk membawakan presentasi secara efektif sehingga memberikan dampak kepada audiens.



Apakah Anda pernah merasakan kejadian yang samadengan apa saya rasakan? Pada bab ini, saya akan mengajak Anda untuk mempersiapkan presentasi yang baik sehingga audiens Anda tidak kabur pada saat Anda sedang membawakan presentasi.

Berbicara mengenai presentasi erat kaitannya dengan komunikasi nonverbal. Hal ini berdasarkan bagaimana Anda menggunakan suara Anda dan bahasa tubuh untuk menyampaikan pesan yang berupa kata – kata. Ada sebuah penelitian yang hebat menyimpulkan bahwa pengaruh ucapan dari seorang pembicara akan berdampak karena ditunjang oleh komunikasi nonverbalnya. Banyak penulis telah mengutip temuan seorang psikolog Albert Mehrabian, menyatakan bahwa ketika audiens menerjemahkan makna dari yang disampaikan dari pembicara, 55% informasi mereka peroleh dari wajah pembicara, 38% dari vocal dan hanya 7 % dari kata – kata yang disampaikan. Walaupun tidak sedikit akademisi bahkan Mehrabian sendiri menyatakan bahwa penemuan ini masih sering disalahterjemahkan, namun ademisi dan para instruktur bicara setuju bahwa komunikasi nonverbal dan penyampaian informasi sangat penting untuk agar *Public Speaking* kita lebih efektif<sup>95</sup>.

*Good delivery does not call attention to itself. It conveys the speaker's ideas clearly, interestingly, and without distracting the audience. Most audiences prefer delivery that combines a certain degree of formality with the best attributes of good conversation—directness, spontaneity, animation, vocal and facial expressiveness, and a lively sense of communication. Speech delivery is an art, not a science. What works for one speaker may*

---

<sup>95</sup>14.4 *Practicing for Successful Speech Delivery*. Diakses dari <https://open.lib.umn.edu/publicspeaking/chapter/14-4-practicing-for-successful-speech-delivery/>. Tanggal 20 Juli 2020. Pukul 20.21 WITA



*fail for another, and what succeeds with today's audience may not with tomorrow's.*<sup>96</sup>

Penyampaian yang baik akan bergantung bagaimana pembicara menyampaikan idenya dengan jelas, menarik, dan tanpa mengganggu audiens. Hampir semua audiens lebih memilih penyampaian informasi atau presentasi menggabungkan tingkat formalitas tertentu dengan atribut terbaik dari percakapan yang baik, apa adanya, spontanitas, melampirkan animasi, vokal, dan ekspresif wajah, dan rasa komunikasi yang hidup. Penyampaian presentasi atau pidato adalah seni dan bukan sains. Karena kadang – kadang apa yang berjalan baik dengan pembicara yang satu mungkin akan gagal apabila diaplikasikan oleh pembicara lainnya. Kemungkinan presentasi Anda yang sukses di mata audiens hari ini mungkin saja tidak berlaku lagi di hari esok. Ada beberapa kunci penting untuk kesuksesan penyampaian presentasi Anda<sup>97</sup>.

1. Bawakan presentasi Anda secara natural atau alami
2. Tunjukkan antusias Anda
3. Percaya Diri
4. Libatkan Audiens dalam presentasi Anda.

## **b. Metode dalam Penyampaian Presentasi**

Metode dalam penyampaian presentasi terdiri dari empat metode dimana kita dapat memilih salah satu diantaranya sesuai dengan kebutuhan dan tujuan kita<sup>98</sup>.

### **1. Naskah**

Berpidato dengan membaca naskah masih sering kita saksikan dalam situasi formal, khususnya pidato yang disiarkan melalui radio dan televisi, atau pidato pejabat yang

---

<sup>96</sup>Stephen E. Lucas. *The Art of Public Speaking* (Mc Graw. Hill education, New York. 2015), h. 269.

<sup>97</sup>Dan O'Hair, Hannah Rubenstein, and Robert Stewart. *A Pocket Guide to Public Speaking: Fifth Edition* (A Mamillan Education Imprint. Boston. New York. 2016), h. 126.

<sup>98</sup>Asul Wiyanto. *Berpidato yang Memukau* (Jakarta. Balai Pustaka. 2001), h. 5.



diwakili atau dibacakan oleh orang lain. Dalam hal ini, pembaca mengucapkan kata – kata persis seperti yang tertulis dalam naskah. Pembicara perlu membaca naskah dengan alasan agar tidak ada yang salah ucap karena setiap kata yang diucapkan oleh pejabat dalam suasana resmi biasanya akan disebarluaskan dan akan dijadikan panutan oleh banyak orang.

*Although it looks easy, delivering a speech from manuscript requires great skill. Some people do it well. Their words “come alive as if coined on the spot.”<sup>99</sup>*

Walaupun membaca naskah kelihatannya mudah, namun dalam membawakannya memerlukan skill. Beberapa orang melakukannya dengan baik dimana kata – katanya kelihatan hidup. Namun bagi yang lain, mereka kehabisan waktu. Mereka hanya sekedar membaca daripada berbicara kepada audiensnya. Apabila suatu hari nanti Anda dalam posisi tersebut dimana harus membacakan naskah, pastikan suara dan intonasi Anda alami, bangun *eye contact* dengan audiens Anda. Terakhir, perlakukan seluruh audiens Anda ketika membaca naskah secara tulus dan apa adanya sama halnya ketika Anda berbicara langsung kepada mereka.

## **2. Menghafal**

Sebelum berpidato, pembicara menghafal naskah seluruhnya, kata demi kata. Saat waktu presentasi tiba, pembicara hanya menyuarkan saja naskah presentasi yang telah dihafalkan. Metode ini lebih efektif digunakan untuk presentasi pendek karena ketika membawakan presentasi yang panjang dan memerlukan waktu yang lama, disarankan tidak menggunakan metode ini.

Metode ini biasanya digunakan pada saat *toast*, ketika memberikan selamat, atau pada saat perkenalan. Pastikan Anda menghafal seluruh presentasi yang Anda bawakan ketika mendapatkan kesempatan dan selalu berkonsentrasi berbicara kepada audiens Anda untuk membawakan

---

<sup>99</sup>Stephen E. Lucas. *The Art of Public Speaking* (Mc Graw. Hill education, New York 2015), h. 270.



presentasi dengan metode ini. Hindari menghafal kata perkata atau melihat ke arah langit – langit karena performa Anda akan kelihatan tidak maksimal.

### 3. Spontanitas/Impromptu

Kadang – kadang ada saat Anda akan diundang untuk menyampaikan sepatah kata mungkin di kelas, pada saat rapat bisnis atau ketika memberikan respon kepada pembicara sebelumnya. Pembicara yang menghadapi situasi ini, tidak memerlukan persiapan terlebih dahulu. Pembicara bahkan tidak menyiapkan naskah, tidak membaca naskah, bahkan tidak menghafal naskah. Ketika menghadapi situasi seperti di atas, Anda tidak perlu panic karena tak satupun orang ingin Anda membawakan presentasi yang sempurna. Ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan untuk membantu Anda menyampaikan ide atau gagasan Anda ketika diminta berbicara secara spontan, diantaranya adalah

- 1) Perhatikan apa yang disampaikan oleh pembicara
- 2) Tulis poin - poin yang penting dari diskusi, poin yang mana Anda setuju dan tidak setuju
- 3) Ketika waktunya tiba, presentasikan ide Anda dengan menjawab, sampaikan poin – poin yang telah Anda catat, untuk mendukung poin – poin tersebut Anda bisa menambahkan contoh – contoh, statistik, atau testimony, dan terakhir berikan kesimpulan.
- 4) Senantiasa menjaga *eye contact* dengan audiens. Untuk memudahkan mereka memahami apa yang disampaikan, baiknya Anda menggunakan urutan misalnya pertama adalah..., kedua,... dan seterusnya.

Ketika Anda bisa mengaplikasikan langkah – langkah di atas, ini akan membantu Anda lebih percaya diri dalam menyampaikan ide atau gagasan ketika menghadapi situasi ini. Tapi perlu diingat bahwa cara yang terbaik untuk menjadi *impromptu speaker* adalah dengan berlatih. Anda bisa melakukan ini sendiri. Silahkan pilih topik apapun yang Anda telah kuasai. Setelah itu, gunakan satu sampai dua menit untuk menyampaikan ide Anda mengenai topic tersebut.



*As with other kinds of public speaking, the best way to become a better impromptu speaker is to practice. You can do this on your own. Simply choose a topic on which you are already well informed, and give a one- or two-minute impromptu talk on some aspect of that topic.<sup>100</sup>*

#### 4. Ekstemporen

Ada beberapa yang mengartikan “ekstemporen” sama dengan “impromptu”, namun secara teknik persiapan berbeda. Tidak seperti impromptu yang dilakukan secara spontan, dalam metode ekstemporen pembicara menyiapkan pokok – pokok isi pidato yang disusun menjadi kerangka pidato. Dalam mengembangkan kerangka pidato ini dilakukan langsung pada saat pidato dilaksanakan. Dengan kata lain, kerangkanya sudah disiapkan, sedang “dagingnya” ditambah secara spontan dalam pidato.

Berpidato dengan metode ini terasa lebih komunikatif. Pembicara dapat melihat kerangka untuk menjaga keruntutan bahkan keteraturan isi pidato, sementara ia juga mempunyai kesempatan luas untuk mengembangkan pidatonya sesuai situasi dan reaksi. Pidato yang paling baik adalah metode menjabarkan kerangka atau *ekstomporen* sedangkan metode yang paling lemah adalah menghafal karena pembicara kurang memiliki ruang gerak yang bebas ketika berpidato yang diakibatkan oleh banyaknya bagian – bagian yang dihafal.

*Most experienced speakers prefer the extemporaneous method, and most teachers emphasize it<sup>101</sup>.*

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan melalui table dibawah ini mengenai kemungkinan dampak positif dan negative ketika menggunakan metode – metode seperti yang telah dijabarkan di atas.

---

<sup>100</sup> *Ibid*, h. 270.

<sup>101</sup> *Ibid*, h. 270.



No	Metode Presentasi	Positif (+)	Negatif (-)
1.	Naskah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persiapan sangat matang</li> <li>- Materi Lengkap</li> <li>- Penyampaian materi sistematis</li> <li>- Menghindari kekeliruan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membosankan</li> <li>- Interaksi dengan pendengar sangat kurang</li> <li>- Kaku dan monoton</li> </ul>
2.	Hafalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persiapan sangat matang</li> <li>- Melatih daya ingat</li> <li>- Penyampaian materi sistematis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memungkinkan terjadi lupa</li> <li>- Mudah kemungkinannya untuk terganggu</li> <li>- Tidak mudah menyesuaikan kondisi dan situasi</li> </ul>
3.	Impromptu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahasa yang digunakan singkat</li> <li>- Tidak membosankan</li> <li>- Pembicara lebih bebas memilih topic bahasan namun harus disesuaikan dengan suasana dan topic pada saat acara berlangsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Materi kadang – kadang tidak berurut</li> <li>- Penyampaian sesuai dengan yang diingat</li> <li>- Ada kemungkinan ada beberapa bagian yang akan terlupa</li> </ul>



4.	Ekstemporan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Materi Urut dan sistematis</li> <li>- Memungkinkan tidak ada bagian yang terlupa</li> <li>- Lebih siap dalam menghadapi pertanyaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seakan akan kurang persiapan</li> <li>- Mengurangi interaksi kepada audiens</li> <li>- Mengurangi fokus pada materi dan keadaan</li> </ul>
----	-------------	--	---

Tabel. 7.7

### c. Teknik Vokal, Verbal dan Visual dalam Presentasi

#### 1. Teknik Vokal

Ketika membawakan sebuah presentasi, teknik vokal sangat penting. Suara Anda adalah alat yang sangat fundamental untuk menunjukkan kepercayaan diri dan control sehingga Anda bisa mengkomunikasikan apa yang Anda maksudkan. Berikutnya akan diperkenalkan elemen – elemen dari teknik vokal ini, di antaranya:

- 1) **Volume**, yaitu kebulatan suara dan nada suara. Tinggi rendahnya volume pembicara ketika sedang presentasi merupakan elemen yang paling penting. Sebagai pendengar, kita menginginkan mendengar suara yang nyaman. Ada 3 hal yang perlu diperhatikan agar volume suara sesuai dengan ruang dimana kita melakukan presentasi, yakni ukuran ruangan, ada atau tidaknya microphone dan level dari bisingsnya ruangan. Sebagai pembicara, kita sebaiknya waspada dengan tinggi rendahnya volume suara kita.
- 2) **Pitch dan Intonasi**, *Pitch* adalah ketepatan dalam menjangkau nada. Nada yang false biasanya disebabkan oleh lemahnya “*control pitch*”. Sedangkan intonasi atau nada bicara merupakan tinggi rendahnya nada suara, irama bicara, atau alunan nada. Dalam *Public Speaking*, intonasi suara yang baik adalah intonasi suara ketika kita berbicara kepada orang lain. Penggunaan intonasi sangat



penting dikarenakan penggunaan intonasi yang monoton dapat membuat *audiens* merasa bosan. Kita akan mengetahui antusiasme dan mood seorang *Public Speaker* dari intonasinya<sup>102</sup>.

- 3) ***Speech Rate***, merupakan seberapa cepat Anda berbicara.

*A good rate of speech ranges between 140 -160 words per minute (wpm). A rate higher than 160 words per minute can be difficult for the listener to absorb the material. There may be some areas of the country that speak at faster rates but a slower rate is preferable.*<sup>103</sup>

Kecepatan yang baik pada saat berbicara antara 140 -160 kata per menit. Apabila jumlah kata diatas 160 kata per menit akan menyulitkan pendengar untuk memahami maksud dari apa yang disampaikan. Namun hal ini akan bergantung budaya dan kebiasaan berbicara disetiap Negara. Cara terbaik untuk mengetahui apakah kecepatan bicara kita sudah normal, bisa melihat dari wajah audiens.

- 4) ***Pauses***, dalam *Public Speaking*, *pauses* atau jeda bukan semata – mata “diam” namun “diam” yang dimaksud disini sengaja dilakukan agar memberikan kesan bagi audiens. Sebagai *Public Speaker*, kita harus bisa membedakan yang mana jeda dan yang mana terbata – bata. Apabila jeda bisa dilakukan dengan baik akan membantu pembicara mempersiapkan pendengar untuk menerima pesan. Bahkan, jeda bisa menghasilkan ketegangan yang efektif. Selain itu, *jeda* akan

---

<sup>102</sup>*Intonasi dan Artikulasi yang tepat dalam Melakukan Presentasi, Perhatikanlah.* Diakses dari <https://esqtraining.com/intonasi-dan-artikulasi-yang-tepat-dalam-melakukan-presentasi-perhatikanlah/#:~:text=Intonasi%20merupakan%20tinggi%20rendahnya%20nada,audience%20atau%20pendengar%20merasa%20bosan.> Pada tanggal 20 Juli 2020. Pukul 21.00 WITA

<sup>103</sup>Lynda Stucky. *What is the Ideal Rate of Speech.* Diakses dari <https://clearly-speaking.com/what-is-the-ideal-rate-of-speech/#:~:text=A%20good%20rate%20of%20speech,a%20slower%20rate%20is%20preferable.> Pada tanggal 20 Juli 2020, Pada tanggal 20 Juli 2020



menghindari dalam menggunakan *vocal fillers* apalagi berulang – ulang misalnya “ya” “hmm” “seperti” “aa” dan dalam bahasa Inggris bisa ditemukan “ah”, “you know”, “I mean”, and “it’s like”.

*Rather than vocal fillers, use silent pauses for strategic effect.*<sup>104</sup>

- 5) **Dialect (Language Variation)**, Memastikan menggunakan dialek atau ragam bahasa yang dapat dipahami oleh audiens.

**a. Teknik Verbal**

Salah satu kekuatan seorang *Public Speaker* adalah kekuatan bahasa/kata – kata. Ada beberapa hal yang perlu diamalkan sehingga kata – kata yang disampaikan oleh pembicara dapat menghipnotis dan mempertahankan perhatian audiens.

- 1) Menggunakan bahasa yang sesuai dengan kaidah yang berlaku dan dipahami dengan mudah oleh audiens.
- 2) Membaca sebanyak mungkin referensi baik yang berhubungan dengan topik yang akan dibawakan ataupun referensi yang berhubungan tidak langsung karena membaca dan berbicara merupakan dua ketrampilan yang sangat penting digunakan dalam berkomunikasi. Dengan banyak membaca Anda akan memiliki banyak referensi untuk menjahit atau merangkai kalimat.

*Reading and speaking are two fundamental skills we use to communicate, and they are deeply connected. Explore the relationship between speaking and reading, and discover how each impacts the other.*<sup>105</sup>

---

<sup>104</sup>Dan O’Hair, Hannah Rubenstein, and Robert Stewart, *A Pocket Guide to Public Speaking*, Fifth Edition (A Mamilan Education Imprint. Boston. New York. 2016), h. 120.

<sup>105</sup>Christopher Muscato. Connections between Reading & Speaking Skills. Diakses dari <https://study.com/academy/lesson/connections-between-reading-speaking-skills.htm>. Pada tanggal 23 Juli 2020



- 3) Menguasai istilah – istilah asing yang berhubunga dengan materi yang akan disampaikan dan berlatih untuk mengucapkannya.
- 4) Senantiasa berpikir positif

## **b. Teknik Visual**

Visual merujuk kepada apa yang tampak oleh audiens pada diri seorang pembicara. Seperti pakaian, ekspresi wajah, bahasa tubuh, dll. Ketika kita membawakan materi presentasi dengan baik, menggunakan bahasa tubuh dimana melibatkan audiens misalnya menunduk, tidak berpangku tangan, dan fokus kepada audiens, maka akan memudahkan kita untuk melakukan persuasi kepada audiens.

*When speakers talk about their feelings and attitudes, one study suggests that the audience derives a mere 7 percent of the speakers' meaning from the words they utter. The balance comes from the speakers' use of voice (38 percent) and body language and appearance (55 percent).<sup>106</sup>*

Hal ini dibuktikan oleh suatu penelitian yang menyatakan bahwa audiens menerima sebesar 7% makna dari kata – kata yang disampaikan oleh pembicara, 38% dari suara pembicara dan sebanyak 55%, diperoleh dari bahasa tubuh dan penampilannya. Untuk memaksimalkan teknik visual pada saat berbicara, berikut beberapa langkah yang dapat dilakukan, diantaranya;

### 1) Latihan Cermin Diri,

Mungkin kita akan bertanya – tanya, mengapa cermin diri perlu dilatih. Ternyata sebenarnya semakin lama waktu yang dihabiskan dalam bercermin setiap hari maka semakin terbukalah peluang untuk menemukan sisi positif dari diri kita. Banyak diantara *Public Speaker* menghabiskan fokus

---

<sup>106</sup>Dan O'Hair, Hannah Rubenstein, and Robert Stewart. *A Pocket Guide to Public Speaking*, Fifth Edition (A Mamilan Education Imprint. Boston. New York. 2016), h. 134.



dan energinya untuk meratapi dan berkeluh kesah mengenai kekurangan diri. Namun satu hal yang terpenting adalah dibalik kekurangan pasti ada kelebihan. Ketika bercermin, fokus terhadap hal – hal yang positif dan selalu mengembangkannya.

## 2) Merekam Aksi

Merekam latihan *Public Speaking* yang kita lakukan dan minta seorang teman yang kita percayai untuk memberikan masukan. Silakan mencatat hal – hal apa sajakah yang telah berjalan dengan baik dan perlu diperbaiki.

## 3) Melatih Padu Padan Pakain

Pada saat penampilan, orang lebih memperhatikan apa yang kita pakai terlebih dahulu daripada apa yang akan kita katakan. Seorang *Public Speaker* perlu mengetahui apakah acara yang akan dihadiri formal, semi formal, atau Non-formal karena hal ini akan berkaitan erat dengan pakaian yang akan digunakan. Disamping itu, menurut Dan O’Hair dkk dalam bukunya *A Pocket Guide to Public Speaking*, menyatakan bahwa *Public Speaker* sepatutnya memerhatikan beberapa hal penting di bawah ini <sup>107</sup>

- 1) Fokus terhadap bahasa tubuh
- 2) Menggunakan ekspresi wajah secara alami
- 3) Menggunakan gesture secara alami
- 4) Menjaga *Eye Contact* dengan audiens
- 5) Menciptakan suasana yang dekat dengan audiens

## Praktek Membawakan Public Speaking

Di awal Bab ini, saya memperkenalkan bagaimana seorang teman bisa memengaruhi audiensnya dalam membawakan presentasi. Tentunya ia telah melakukan banyak latihan – latihan sehingga dengan mudah dan sangat alami melakukan presentasi. Sebagai seorang *Public Speaker*, praktek sangatlah penting. Semakin banyak Anda melakukan praktek, semakin nyaman Anda membawakan presentasi.

---

<sup>107</sup> *Ibid.*, h. 134-136.



Yang perlu Anda lakukan ketika praktek membawakan presentasi, yakni<sup>108</sup>:

- a) Fokus pada pesan yang ingin Anda sampaikan  
Fokus akan membuat Anda lebih percaya diri dan lebih alamai ketika presentasi.
- b) Rencanakan dan Praktek lebih sering, diantaranya dengan membuat jadwal latihan
  1. Rekam suara Anda
  2. Catat waktu yang Anda habiskan,
  3. Rencanakan alat bantu yang Anda akan gunakan
  4. Praktek di depan sahabat atau kawan Anda dan dengarkan *feedback* mereka

---

<sup>108</sup> *Ibid.* h. 137.





## BAB VIII

# BENTUK-BENTUK *PUBLIC SPEAKING*

### *a. Public Speaking Informatif*

Berbicara di depan umum dengan tujuan untuk memberikan informasi terjadi hampir setiap hari dalam lingkungan anda. Public Speaking yang sifatnya informatif adalah sarana untuk menyampaikan pengetahuan bagi pendengar. Salah satu cara untuk mengidentifikasi dengan mudah jenis public speaking ini adalah dengan mengetahui bahwa pembicara tidak menyampaikan pendapat pribadi melainkan menyampaikan informasi dengan ketentuan yang sudah ditetapkan. Contoh sederhana bisa kita lihat ketika seorang dosen menyampaikan materi perkuliahan di kelas dengan menyampaikan teori dari ilmu tertentu, kemudian menambahkan sedikit pendapat pribadi namun harus jelas pembeda antara pendapatnya dengan teori dasar yang ingin



disampaikan, dan hal lain yang harus diperhatikan dalam menyampaikan suatu informasi tidak boleh kontroversial dan menimbulkan perdebatan kecuali pertanyaan dengan maksud memperjelas. Dalam konteks budaya dan agama yang berbeda menyampaikan informasi tertentu harus mempertimbangkan banyak hal terutama jika pembicara ingin menambahkan opini pribadi, jika hal demikian terjadi maka Anda tidak boleh memihak dan menyampaikan hal tersebut dengan adil agar tidak terjadi provokasi yang bisa menimbulkan perdebatan.

Public Speaking Informatif sejatinya selalu memberikan informasi baru, wawasan baru, atau cara baru berpikir tentang suatu topik. Isi dari Pidato Anda mungkin penjelasan konsep atau praktik; deskripsi seseorang, tempat, atau acara; atau demonstrasi fisik bagaimana sesuatu bekerja, tidak ada batasan tertentu selama audeins belajar sesuatu yang baru. Berikut ada beberapa tehnik untuk memberikan informasi untuk memudahkan pendengar anda memahami apa yang anda sampaikan.

a. Memberikan Definisi dan gambaran yang jelas kepada pendengar

Definisi adalah suatu kalimat yang mengungkapkan makna secara mendalam mengenai objek atau proses tertentu. Dengan memberikan definisi maka anda akan menjabarkan secara detail informasi yang akan anda sampaikan, dengan sendirinya pendengar anda akan memahami makna, esensi serta tujuannya. Misalnya anda ingin memberikan informasi mengenai bahaya Virus Covid 19 tentu terlebih dahulu anda harus menjabarkan definisi dari virus tersebut. Hal ini juga berlaku ketika anda ingin menjelaskan sebuah proses, acara, maupun ide tertentu. namun dalam meberikan definisi secara ilmiah tentu harus mengikuti kaidah - kaidah Bahasa, dalam menjabarkan sebuah definisi maka ada 4 tipe yang bisa digunakan dalam *Public Speaking* yakni definisi menurut kamus, definisi menurut ahli, definisi secara istilah, dan definisi berdasarkan



fungsinya.<sup>109</sup>Penjelasan berikut akan menjabarkan setiap tipe dari definisi dengan ilustrasi penggunaannya dalam *public speaking*. Misalnya, Anda sedang menyiapkan sebuah pidato informatif tentang Kerajaan Persia, dan Anda ingin menjelaskan bahwa orang Persia menganut agama yang disebut Zoroastrianisme. Istilah ini mungkin baru bagi pendengar anda, jadi Anda harus mendefinisikannya dengan baik agar pendengar bisa memahaminya.

- Defini berdasarkan kamus artinya anda menjabarkan sesuatu berdasarkan informasi yang tertulis dalam kamus tertentu, anda bisa menggunakan kamus umum seperti (KBBI, Webster, Wikipedia) atau kamus khusus yang memuat tentang istilah yang sedang anda jelaskan. sebagai contoh misalnya,

*“According to Cambridge Dictionaries Online, Zoroastrianism is ‘a religion which developed in ancient Iran, and is based on the idea that there is a continuous fight between a god who represents good and one who represents evil.’”<sup>110</sup>*

- Definisi menurut Ahli adalah definisi yang merujuk kepada pendapat para ahli terkait dengan objek yang dibahas dalam sebuah pidato, bentuknya bisa seperti,

*“According to Mary Boyce, professor of Iranian studies at the University of London, Zoroastrians believe that ‘there is a supreme God who is the creator; that an evil power exists which is opposed to him, and not under his control.’”<sup>111</sup>*

- Definisi secara Etimologi adalah adalah pengertian yang menjelaskan suatu objek berdasarkan asal mula istila tersebut. contohnya seperti,

*“Zoroastrianism has been so named in the West because its prophet, Zarathustra, was known to the ancient*

---

<sup>109</sup>Douglash M.Fraleigh dan Joseph S.Tuman. *Speak Up! an ilustared guide to public Speaking fourt edition*. Bedford/St. Martin’s. Boston, New York. 2017

<sup>110</sup>Cambridge Dictionaries Online, s.v. “Zoroastrianism,” accessed July 20, 2020, <http://dictionary.cambridge.org>.

<sup>111</sup>M. Boyce, *Zoroastrians: Their Religious Beliefs and Practices* (London: Routledge, 1979), 2.



*Greeks as Zoroaster. Zoroastrians believe that Ahura Mazda (God) revealed the truth through Zarathustra.*<sup>112</sup>

- Definisi sesuai dengan fungsinya adalah menjelaskan bagaimana sesuatu digunakan. Misalnya, seorang pembicara mungkin mendefinisikan Zoroastrianisme dalam hal bagaimana hal itu dilakukan oleh para pengikutnya, sebagai contoh

*“According to the Ontario Consultants on Religious Tolerance, Zoroastrian worship ‘includes prayers and symbolic ceremonies.’ Rituals ‘are conducted before a sacred fire. . . [Practitioners] regard fire as a symbol of their God.”*<sup>113</sup>

Selain definisi yang jelas hal lain yang sangat penting dalam memperjelas informasi yang anda sampaikan adalah memberikan penjelasan melalui demonstrasi ataupun dalam bentuk narasi. Demonstrasi biasanya digunakan jika anda ingin memberikan informasi mengenai proses kerja sesuatu, dalam prakteknya Demonstrasi sering kali menuntut pemodelan fisik dan elemen verbal saat Anda mengarahkan penonton melalui bagian atau langkah apa pun yang Anda peragakan. Pendengar Anda belajar dengan menonton apa yang anda peragakan dan pastikan jika anda menggunkana alat peraga agar menguasai dengan baik apa yang akan anda demostrasikan.

Saat Anda menggunakan narasi dalam pidato yang informatif, cerita ini memungkinkan Anda untuk berbagi informasi sekaligus menarik perhatian pendengar dalam waktu yang sama. Narasi yang diceritakan dapat berbentuk kenangan pribadi, anekdot lucu, atau kisah serius tentang peristiwa yang terjadi dalam kehidupan orang lain, semua hal yang diceritakan tidak boleh keluar dari konteks topik yang disampaikan. Menggunakan narasi dalam *public speaking* informatif adalah cara yang baik untuk menyampaikan

---

<sup>112</sup>*Ibid*, h. 2.

<sup>113</sup>Ontario Consultants on Religious Tolerance, “Zoroastrianism,” Religious-Tolerance.org, March 24, 2005, <http://www.religioustolerance.org/zoroastr.htm>. (10 agustus 2020)



pendapat Anda dengan cara yang menarik dan mengesankan. Misalnya, anda ingin menginformasikan mengenai bahaya virus Corona, anda bisa memulainya dari cerita seseorang yang kehilangan seluruh keluarganya karn virus ini, cerita seperti ini bisa memenangkan perhatian pendengar dan membangkitkan semangat mereka.

b. Pertimbangkan Kompleksitas Pendengar

Informasi yang disampaikan oleh seorang pembicara akan menjadi tidak menarik ketika terlalu kompleks ataupun sebaliknya terlalu sederhana. Agar anda bisa menentukan proporsionalitas informasi atau topik yang ingin anda sampaikan, maka cara yang terbaik adalah dengan menganalisis siapa pendengar anda. Jika pidato Anda terlalu kompleks atau terlalu sederhana, itu tidak akan menarik minat pendengar Anda. Apakah pendengar Anda termasuk dalam kelompok umur tertentu, atau apakah mereka lebih beragam? Jawaban untuk ini dan pertanyaan analisis audiens lainnya akan membantu Anda mengukur apa yang mereka ketahui dan apa yang mereka ingin tahu. Jangan pernah berasumsi bahwa hanya karena audiens Anda terdiri dari siswa, anda bisa mengeneralisir pengetahuan mereka, bahkan ketika berada pada level usia yang sama kesenjangan pengetahuan dari pendegar mungkin tetap ada.

c. Hindari penggunaan kata yang tidak familiar dan fokuskan topik anda

Jika Anda memutuskan untuk memberikan pidato informatif tentang topik yang sangat terspesialisasi, batasi penggunaan Bahasa yang tidak familiar dengan pendengar anda. Memuat pidato dengan spesialisasi Bahasa memiliki potensi untuk membebani pendengar. Hal ini akan menjadikan infromasi yang anda sampaikan menjadi tidak efektif. Bahkan jika Anda mendefinisikan banyak istilah teknis, penonton mungkin merasa seolah-olah mereka dibombardir dengan sekumpulan definisi alih-alih informasi yang berguna. Jika Anda harus, perkenalkan satu istilah khusus dan dengan hati-hati mendefinisikan dan menjelaskannya kepada hadirin. Definisikan dengan kata-kata, kemudian gunakan contoh konkret dan relevan untuk memperjelas artinya.

d. Buat Informasi yang Anda Buat Bermanfaat dan Relevan



Usahakan informasi yang anda buat Relevan dan Bermanfaat bagi pendengar anda. Setelah melakukan analisis terhadap pendengar, anda pasti bisa menentukan hal yang relevan antara topik dan kondisi pendengar anda, serta hal – hal apa saja yang akan memberikan manfaat yang besar bagi pendengar anda. Misalnya, jika pidato Anda tentang polusi udara, minta audiens Anda untuk membayangkan dan merasakan mata dan paru-paru mereka terbakar disebabkan oleh kabut asap. Ini adalah strategi untuk membuat topik lebih nyata bagi mereka, karena itu mungkin terjadi pada mereka pada sejumlah kesempatan. Dengan melakukan hal sederhana seperti itu, Anda telah menghubungkan topik Anda dengan kondisi sehari-hari pendengar anda.

## **2. Jenis *Public Speaking* Informatif**

Pidato informatif dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan kepada pendengar yang mungkin belum diketahui sebelumnya. Olehnya, Pidato informatif sejatinya berbagi informasi, penjelasan, atau bahkan ide dengan pendengar. Pidato informatif bisa tentang berbagai topik objek, individu atau grup, acara, proses, dan gagasan. Di bagian ini, kita akan melihat lebih dekat masing-masing jenis pidato informatif.

### **a. Informasi Mengenai Object**

Jika anda di undang untuk berbicara pada suatu forum dan anda tidak diberikan topik secara khusus, maka anda bisa memiliki public speaking informative sebagai alternative pilihan. Salah satu informasi yang bisa anda pilih adalah informasi mengenai objek tertentu yang tentunya relevan dengan kondisi pendengar anda. Objek yang selalu menarik dan mampu menarik perhatian penegar adalah informasi aktual seperti Tokoh Publik, makanan, lingkungan, agama, dan budaya.

Dalam memberikan pidato informatif tentang objek tertentu, Anda bisa gunakan sejumlah teknik. Misalnya, anggap Anda sedang menyiapkan sebuah presentasi tentang manfaat coklat yang merupakan makanan. Dalam hal ini, Anda dapat dengan mudah menggunakan deskripsi untuk memberi tahu pendegar Anda. Anda bisa menggambarkan tekstur halus, lembut dan rasa mewah dari coklat



berkualitas tinggi dan perasaan sejahtera yang bisa didapat dari memakannya. Anda bisa menjelaskan hal tersebut dengan memakai alat peraga sederhana.

b. Informasi Mengenai Proses

Jika topik pembicaraan Anda adalah suatu proses, tujuan Anda seharusnya adalah untuk membantu pendengar Anda memahaminya, atau dapat melakukannya. Dalam kedua contoh tersebut, proses melibatkan serangkaian perubahan, fase, atau langkah yang dapat diprediksi. Untuk beberapa proses, Anda akan memerlukan alat bantu presentasi untuk membuat penjelasan anda mudah dipahami oleh pendengar Anda. Menyusun fakta dengan baik akan sangat penting ketika mendiskusikan suatu proses.

c. Informasi Mengenai Kegiatan atau Peristiwa Tertentu

Kegiatan atau Peristiwa yang dimaksud adalah yang bisa memberikan informasi dan pengetahuan baru bagi pendengar anda baik kejadian yang akan datang maupun yang telah terjadi di masa lampau. Misalnya hari – hari yang diperingati setiap tahunnya, hari anak, hari ibu, dan lain sebagainya. Hal – hal yang bisa dipertimbangkan untuk memilih topik ini dalam kaitannya dengan penyampaian informasi adalah seberapa menarik, bernilai berita, atau seberapa penting secara historis dan seberapa mengejutkan. Dalam menyampaikan pidato informatif tentang suatu acara, Anda dapat dengan mudah gunakan narasi untuk menceritakan kisah tentang bagaimana acara dibuka. Anda juga bisa gunakan deskripsi untuk menjelaskan bagaimana acara tersebut memengaruhi sekelompok orang. Atau Anda bisa menggunakan campuran narasi dan deskripsi.

d. Informasi Mengenai Ide

Gagasan adalah teori, prinsip, kepercayaan, atau nilai. Gagasan relatif abstrak dibandingkan dengan topik pidato informatif lainnya, seperti objek, seseorang, atau suatu proses. Ide ini terlepas dari apakah mereka diamati atau dipraktikkan, seperti kesetaraan sosial atau fenomena budaya yang terdiri hipotesis dan teori.



### 3. Mengoptimalkan Informasi dalam *Public Speaking*.

Salah satu hal peting yang harus diperhatikan dalam menyiapkan konsep pidato informatif adalah cara agar pidato tersebut bisa disampaikan dengan cara yang menarik dan menambah informasi dan pengetahuan baru bagi pendengar. Katherine Rowan seorang penulis buku mengenai komunikasi menyarankan untuk fokus pada area di mana pendengar Anda mungkin mengalami kebingungan dan kesulitan dalam memahami apa yang anda sampaikan. Dalam bukunya Rowan mengidentifikasi tiga sumber kebingungan pendengar: konsep atau bahasa yang sulit, struktur atau proses yang sulit dibayangkan, dan gagasan yang sulit untuk dibayangkan atau dimengerti karena mereka sulit dipercaya<sup>114</sup>. berikut penulis akan membahas masing-masing bagian dan bagaimana strategi menanganinya.

#### a. Konsep atau Bahasa yang Sulit

Ada beberapa audiens yang mungkin mengalami kesulitan memahami informasi karena konsep atau bahasa yang digunakan. Misalnya, mereka mungkin tidak mengerti apa istilahnya. "Makanan organik" berarti atau bagaimana makanan ini berbeda dari makanan "alami". Jika pendengar mengalami kebingungan atas konsep dasar atau istilah, Rowan dalam bukunya menyarankan menggunakan penjelasan yang jelas terdiri dari empat bagian. yakni, memberikan contoh, definisi, deskripsi lalu ditutup dengan kesimpulan yang jelas. Bagian pertama dari adalah untuk memberikan contoh yang khas, atau contoh yang mencakup semua fitur utama dari konsep. Jika Anda berbicara tentang apa itu buah, apel atau jeruk akan menjadi contoh yang khas. Langkah kedua yang disarankan Rowan adalah menindaklanjuti contoh khas dengan sebuah definisi. Buah-buahan dapat didefinisikan sebagai struktur tanaman yang dapat dimakan yang mengandung biji dari tanaman. Setelah memberikan definisi, Anda dapat beralih ke bagian ketiga

---

<sup>114</sup>Rowan, K. E. *A new pedagogy for explanatory public speaking: Why arrangement should not substitute for invention. Communication Education.* (1995). 44, 236-249.



yakni deskripsi, dengan memberikan berbagai contoh yang lebih variatif dalam konteks “Tanaman Organik” anda mungkin bisa memberikan contoh dari tanaman organik dan contoh dari tanaman non organik. Keempat, Rowan menyarankan untuk menyimpulkan dengan membuat pendengar berlatih membedakan contoh- contoh yang telah dijelaskan tadi. Dengan cara ini, pendengar anak memiliki sebuah pemahaman konsep yang jelas.

**b. Proses atau Struktur yang Sulit untuk Dibayangkan**

Hal kedua yang menjadi sumber kesulitan pendengar dalam memahami informasi yang disampaikan adalah, proses atau struktur yang rumit serta sulit untuk dibayangkan. Bagaimana proses kerja virus covid 19 dalam merusak paru – paru orang yang terjangkit. Mungkin akan sulit dibayangkan bagi mereka yang tidak berasal dari latar belakang kesehatan. Alat bantu presentasi atau analogi sederhana melalui alat peraga visual akan sangat bermanfaat dalam memberikan tinjauan umum tentang proses yang sedang anda jelaskan.

**c. Sulit Dipahami karena Sulit Dipercaya**

Sumber ketiga yang bisa menyebabkan kebingungan pendengar , dan mungkin yang paling sulit untuk ditangani sebagai pembicara, adalah ide yang sulit dipahami karena sulit dipercaya. Hal seperti ini jarang terjadi dalam hal – hal yang sifatnya umum, hal ini bisa terjadi dalam forum – forum khusus yang membicarakan tentang sesuatu yang sifatnya terbatas, namun jika anda menghadapi situasi seperti ini maka hal yang bisa dilakukan adalah memberikan pembuktian yang nyata mengenai hal – hal yang anda sampaikan.

**b. *Public Speaking* Persuasif**

Dalam *public speaking* persuasif tujuan anda adalah untuk memengaruhi kepercayaan, sikap dan tindakan pendengar. Persuasif bisa diartikan sebagai usaha merubah paradigma orang lain mengenai sesuatu. Merujuk kepada tujuan dari *public speaking* persuasive maka anda bisa mulai merubah kepercayaan, sikap dan tindakan pendengar anda dengan berbagai cara dengan mempertimbangkan kondisi objektif pendengar anda mulai dari memperkuat komitmen



pendengar atau justru melemahkan komitmen mereka, serta memprovokasi mereka untuk melakukan sesuatu.<sup>115</sup>

Anda bisa memperkuat komitmen pendengar jika kondisi awal mereka sudah setuju dengan perspektif anda. Misalnya anda mencoba melakukan memengaruhi para ibu untuk menyiapkan bekal bagi anak – anaknya untuk dibawa kesekolah karena mereka sudah paham bahwa higienitas makanan di kantin sekolah tidak bisa dijamin, maka anda cukup meyakinkan mereka dengan mudah. sebaliknya, dalam beberapa kesempatan anda harus melemahkan komitmen pendengar ketika mereka tidak setuju dengan perspektif anda, contoh sederhananya, anggaplah anda sepakat dengan penghapusan semua gerai makanan cepat saji di kampus tetapi survei pendengar Anda menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka justru menyukainya. Anda bisa melemahkan komitmen mereka dengan memberikan penjelasan mengenai bahaya makanan cepat saji bagi kesehatan mereka. dalam keadaan tertentu diluar dari pikiran anda bisa meminta pendengar anda untuk melakukan sesuatu misalnya meminta mereka untuk membuang sampah pada tempatnya dengan menjelaskan bagaimana dampak banyaknya sampah dilingkungan anda.

Mengapa public speaking persuasif menjadi sesuatu yang penting? Pada bagian awal buku ini telah dijelaskan bahwa public speaking telah menjadi tren komunikasi hampir seluruh agama dan budaya di dunia. Oleh karena itu mampu melakukan komunikasi persuasif pada *public speaking* adalah hal yang sangat penting. secara umum, Frymier dan Nadler dalam bukunya menyebutkan sedikitnya 3 alasan mengapa hari ini penting untuk mempelajari tindakan persuasif, yang pertama adalah ketika kamu belajar dan memahami persuasi, Anda akan lebih berhasil membujuk orang lain. Jika kamu ingin menjadi pembicara publik yang persuasif, maka Anda harus memahami bagaimana melakukan persuasi dengan

---

<sup>115</sup>Douglash M.Fraleigh dan Joseph S.Tuman. *Speak Up! an ilustared guide to public Speaking fourt edition*. Bedford/St. Martin's. Boston, New York. 2017. p. 620.



baik. kedua, dalam perspektif pendengar orang yang memahami persuasi akan menjadi pendengar yang mampu memilah dan memnedakan mana informasi yang harus mereka ambil dan mana informasi yang harusnya mereka abaikan saja. karena dalam kehidupan sehari – hari, masyarakat selalu diperhadapkan dengan berbagai informasi yang disampaikan oleh orang lain dengan cara persuasif. Terakhir, ketika anda memahami bagaimana fungsi persuasi, anda akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang dunia yang ada di sekitar, anda akan mudah menganalisis maksud dan tujuan orang – orang berbicara dan menyampaikan pesan tertentu kepada anda, begitupun sebaliknya.<sup>116</sup>

## 1. Teori Persuasi

Memahami pentingnya tindakan persuasif ketikan berbicara didepan umum, sejumlah peneliti telah membuat teori-teori untuk memperjelas mengapa seseorang perlu untuk dibujuk. meskipun ada beberapa teori, berikut hanya akan dijelaskan 3 teori persuasi dalam *public speaking* yang ditulis oleh Sherif dan Hovlan, yang pertama adalah teori penilaian social (social judgment theory), kedua teori disonansi kognitif (cognitive dissonance theory), dan yang terakhir adalah model elaborasi kemungkinan (the elaboration likelihood model).

### a. Teori Penilaian Sosial (*Social Judgment Theory*)

Teori ini adalah upaya untukmenentukan jenis pesan komunikatif apa dan dalam kondisi apa agar pesan yang di komunikasikan bisa menyebabkan perubahan dalam perilaku seseorang. Intinya, Sherif dan Hovland menemukan bahwa persepsi orang tentang sikap, nilai, kepercayaan, dan perilaku ada pada sebuah kontinum atau rangkaian yang disebut dengan garis lintang penolakan atau tidak sepakat dengan apa yang anda sampaikan (*latitude of rejection*), garis lintang tanpa komitmen atau ada di bagian pertengahan atau

---

<sup>116</sup>Frymier, A. B., & Nadler, M. K. *Persuasion: Integrating theory, research, and practice*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt. (2007).



pendengar tidak memiliki opini yang kuat mengenai apa yang anda sampaikan (*latitude of noncommitment*), dan garis lintang penerimaan atau kondisi dimana pendengar setuju dengan apa yang anda sampaikan (*latitude of acceptance*).<sup>117</sup>

Gambaran sederhana mengenai teori ini akan saya jelaskan dalam sebuah analogi, misalnya anda ingin meyakinkan pendengar anda untuk memilih jurusan Bahasa Inggris dengan menjelaskan manfaat memilih jurusan ini maka sebagaimana teorinya, akan terjadi 3 kemungkinan.

Pendengar yang sudah merasakan langsung manfaat Bahasa Inggris pasti akan setuju dengan apa yang Anda sampaikan, sebagian yang lain mungkin sama sekali tidak memiliki gambaran mengenai manfaat jurusan bahasa Inggris maka mereka berada pada garis lintang tengah, sedangkan pendengar yang lebih melihat bahwa dibandingkan dengan manfaatnya, tingkat kesulitan belajar bahasa Inggris juga sangat tinggi maka kemungkinan mereka tidak akan setuju dengan apa yang Anda sampaikan dan berada pada garis lintang penolakan. Jadi, pengetahuan awal dan pengalaman hidup pendengar akan sangat menentukan seberapa besar kemungkinan kita bisa memengaruhi pikiran, sikap, dan tindakan pendengar, olehnya dalam hal *public speaking* persuasif sangat penting untuk melakukan analisis pendengar.

#### b. Teori Disonansi Kognitif (*Cognitive Dissonance Theory*)

Pada tahun Pada tahun 1957, Leon Festinger mengajukan teori lain untuk memahami bagaimana teori persuasi bisa berfungsi yaitu teori disonansi kognitif.<sup>118</sup> Disonansi kognitif adalah keadaan di mana motivasi seseorang berada pada posisi berlawanan antara 2 pilihan di waktu yang sama. Misalnya, mungkin Anda tahu Anda harus mengerjakan sebuah tulisan yang sudah harus segera di

---

<sup>117</sup>Sherif, M., & Hovland, C. I. *Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. New Haven, CT: Yale University Press. (1961)

<sup>118</sup>Festinger, L. *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson, & Company. (1957)



kumpulkan tetapi di saat yang sama anda benar – benar ingin pergi menonton sebuah film di bioskop yang telah lama anda tunggu. Dalam hal ini, menulis dan pergi ke bioskop adalah dua kognisi yang tidak konsisten satu sama lain. Tujuan persuasi adalah untuk menginduksi disonansi yang cukup pada pendengar sehingga mereka akan mengubah sikap, nilai, kepercayaan, atau perilaku mereka dan menentukan satu pilihan. menurut Frymer agar disonansi kognitif dapat bekerja secara efektif ada tiga kondisi yang diperlukan: konsekuensi berlawanan, kebebasan memilih, dan justifikasi eksternal dan internal.<sup>119</sup>

Pertama, konsekuensi berlawanan maksudnya adalah perlu ada atau efek yang akan terjadi sebagai gambaran hukuman ketika seseorang tidak mengubah sikap, nilai, kepercayaan, atau perilakunya pada satu keyakinan. Misalnya, mungkin Anda memberikan pidato tentang mengapa orang perlu makan lebih banyak apel. pada saat anda melakukan persuasi anda bisa menyampaikan konsekuensi berlawanan ketika tidak makan lebih banyak apel adalah tidak akan mendapatkan cukup serat, dan mereka berisiko lebih tinggi untuk penyakit jantung atau kanker usus besar, mereka mungkin takut akan konsekuensi berlawanan tersebut sehingga cukup ampuh untuk mengubah perilaku mereka.

Kondisi kedua yang diperlukan agar disonansi kognitif berfungsi adalah bahwa orang harus memiliki kebebasan memilih. Jika pendengar merasa dipaksa untuk melakukan sesuatu, maka disonansi tidak akan terangsang. Mereka mungkin mengubah perilaku mereka dalam jangka pendek, tetapi begitu paksaan hilang, perilaku asli akan muncul kembali. Ini seperti orang yang mengemudi lebih lambat ketika seorang polisi di dekatnya tetapi mengabaikan batas kecepatan begitu petugas tidak lagi ada. Sebagai pembicara, jika Anda ingin meningkatkan disonansi kognitif, Anda perlu memastikan bahwa pendengar Anda tidak merasa dipaksa

---

<sup>119</sup>Frymier, A. B., & Nadler, M. K. *Persuasion: Integrating theory, research, and practice*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt. (2007)



atau dimanipulasi, tetapi mereka dapat dengan jelas melihat bahwa mereka memiliki pilihan.

Kondisi terakhir yang diperlukan agar disonansi kognitif bekerja terkait dengan justifikasi eksternal dan internal. Pembeneran eksternal mengacu pada proses mengidentifikasi alasan di luar kendali seseorang untuk mendukung perilaku, kepercayaan, dan sikap seseorang. Pembeneran internal terjadi ketika seseorang secara sukarela mengubah perilaku, kepercayaan, atau sikap mereka. Ketika sampai pada menciptakan perubahan melalui persuasi, pembeneran eksternal lebih kecil kemungkinannya terjadi dalam perubahan daripada pembeneran internal.<sup>120</sup>

### c. Model Elaborasi Kemungkinan (*The Elaboration Likelihood Model*)

Teori terakhir tentang persuasi adalah teori elaborasi kemungkinan, teori ini dibuat untuk menganalisis konten pesan yang mengarah ke persuasi. Dengan demikian, ketika orang benar - benar menganalisis suatu pesan, mereka menggunakan energi kognitif untuk memeriksa pesan yang sampai kepada mereka. Idealnya, semua orang akan memproses informasi yang mereka terima. ada 2 hal yang memengaruhi pemaknaan seseorang terhadap informasi yang pertama adalah kemampuan menganalisis dan yang kedua adalah motivasi.<sup>121</sup>

Kemampuan pendengar untuk mengelolah pesan sangat bergantung pada keefektifan penyampaian pembicara, semakin jelas dan semakin menarik cara anda menyampaikan maka akan semakin mudah pendengar menganalisis pesan yang anda sampaikan, selanjutnya motivasi atau dorongan apa yang membuat pendengar untuk menganalisis lebih jauh sangat tergantung pada seberapa bermanfaat pesan yang anda sampaikan bagi kehidupan mereka.

---

<sup>120</sup>Festinger, L., & Carlsmith, J. M. *Cognitive consequences of forced compliance*. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, (1959) 58, 203-210.

<sup>121</sup>Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. *The elaboration likelihood model of persuasion*. *Advances in Experimental Social Psychology*. (1986), pg. 19, 123-205



Berkaitan dengan motivasi setidaknya ada 5 hal yang memengaruhi motivasi pendengar dalam mengelaborasi sebuah pesan (Frymer and Nedler: 2007), yang pertama adalah relevansi pribadi, hal ini mengacu pada apa yang dirasakan pendengar saat mendengarkan sebuah pesan. Misalnya, jika seseorang sedang mendengarkan pidato tentang mengapa merokok itu berbahaya, dan pendengar itu melakukannya tidak pernah merokok, dia mungkin berpikir topik pembicaraan tidak relevan. Kedua, Akuntabilitas, hal ini berkaitan dengan rasa tanggungjawab pendengar setelah mendengarkan topik tertentu. Dengan akuntabilitas, ada persepsi bahwa seseorang, atau sekelompok orang, akan mengawasi untuk melihat apakah penerima ingat informasinya nanti. Kita semua menyaksikan fenomena ini ketika seorang siswa menanyakan pertanyaan "apakah ini akan diuji?" Jika guru mengatakan "tidak," anda bisa melihat ekspresi mereka akan segera mengabaikan apa yang anda sampaikan, meskipun dalam konteks umum tidak semua pembicara bisa meminta pertanggungjawaban pendengarnya. Hal ketiga, informasi yang tidak sesuai, seseorang pendengar ingin mengelaborasi informasi yang anda sampaikan untuk mencari kekurangan atau mencocokkan dengan informasi lain yang mereka anggap tidak sesuai. Keempat, kognisi pribadi, beberapa orang disekitar kita memiliki kognisi pribadi yang tinggi, memiliki dorongan untuk terlibat dalam pemikiran kritis pada topik tertentu, meskipun tidak relevan dengan kehidupan pribadi mereka tetap ingin mengelaborasi lebih jauh karena adanya kognisi pribadi.

## **2. Mengoptimalkan Pesan Persuasi**

Apapun bentuk pesan yang ingin disampaikan oleh seorang pembicara, salah satu hal yang menentukan adalah seberapa efektif cara yang digunakan. Cara yang paling efektif adalah kemampuan memilih wacana yang tepat serta kemampuan membangun argument yang sesuai dengan telinga pendengar. Berikut hal - hal yang harus diperhatikan untuk mengoptimalkan pesan persuasive yang anda ingin sampaikan.

### **a. Menyesuaikan dengan Kondisi Pendengar**



Mengetahui gambaran keberpihakan pendengar sebelum menyampaikan sebuah pesan akan mempermudah anda dalam mengoptimalkan pesan yang akan anda sampaikan. Jika di kaitkan dengan teori penilaian social pada pembahasan sebelumnya, paling tidak seorang pembicara sudah mengetahuia apakah pendengar anda berada pada *latitude of rejection or latitude of acceptance*, dengan demikian anda akan tau argument apa yang harus di kuatkan dan argument apa yang harus di lemahkan untuk bisa merubah kepercayaan, sikap serta tindakan pendengar

b. Sesuaikan dengan Kebutuhan Pendengar

Setiap orang pasti memiliki kebutuhan dan akan selalu tertarik untuk mendengarkan informasi yang terkait dengan kebutuhannya. Setelah menemukan apa yang menjadi fokus mereka anda tinggal menenkankan hal - hal yang bisa membuat mereka terbujuk dengan mudah. Misalnya anda sedang membujuk pendengar anda untuk memmbeli sebuah produk pelangsing maka anda cukup menekangkan pada kelebihan - kelebihan yang akan mereka dapatkan dengan memiliki badan lebih baik, kesehatan, kecantikan dan percaya diri yang tinggi akan membuat mereka tidak berpikir lama untuk mengikuti apa yang anda inginkan.

c. Hubungan dengan Nilai - Nilai yang dianut oleh pendengar

Nilai adalah "konsepsi inti" dari apa yang diinginkan untuk kehidupan kita dan masyarakat.<sup>122</sup> Masing-masing dari kita memiliki nilai-nilai yang menjadi acuan dalam kehidupan, misalnya, suka membantu, jujur, logis, imajinatif, atau bertanggung jawab. mungkin sebagian dari kita juga memiliki nilai tertentu menngeni masyarakat seperti apa yang ingin diinggali, seperti masyarakat yang menawarkan kesetaraan, kebebasan, kebahagiaan, kedamaian, atau keamanan. sebagian besar orang juga menganut nilai - nilai umum yang dipahami secara bersama. Maka penting bagi seorang *public speaker* untuk menekankan nilai - nilai universal kehidupan dalam setiap pesan yang disampaikan terutama dalam konteks persuasif.

---

<sup>122</sup>M. Rokeach, *Understanding Human Values* (New York: Free Press, 1979), h. 2.



### 3. Cara Melakukan Persuasi dalam *Public Speaking*

Pada bagian ini penulis akan mengulas kembali apa yang sudah dituliskan pada bab 3 mengenai kekuatan *public speaking*. Dalam buku Retorika Dakwah yang ditulis oleh Faizal Bayhaque bahwa ada 3 cara untuk memengaruhi orang lain yang disebutkan oleh filsuf Aristoteles. Pertama adalah *Ethos* sebagai pembicara anda harus memiliki pengetahuan yang luas, kredibilitas dan status yang terhormat. Kedua, *Phatos* maksudnya adalah sebagai pembicara anda harus bisa mendapatkan tempat di hati pendengar, harus ada keterlibatan emosi dan perasaan pada saat anda menyampaikan sebuah pesan. Ketiga, *logos* ketika anda menyampaikan sesuatu harus disertai dengan pembuktian yang bisa menguatkan kepercayaan pendengar terhadap anda. Berikut akan dijelaskan secara lebih detail setiap komponen yang ada dalam 3 kriteria ini.

#### a. *Ethos* (Kredibilitas Pembicara)

Seorang pembicara dengan etos (kredibilitas) memiliki kekuatan yang jauh lebih persuasif daripada yang tidak. Seorang pembicara yang kredibel dipandang berpengetahuan, jujur, dan benar-benar tertarik untuk melakukan hal yang benar untuk audiensnya. Memiliki *Ethos* dapat membantu Anda memenangkan kepercayaan pendengar dan membujuk mereka untuk sepakat dengan sudut pandang anda.

Salah satu cara untuk melihat kredibilitas seseorang adalah sejauh mana dia mampu mengaplikasikan apa yang dia sampaikan kepada orang lain. Dalam konteks hari ini kita menyebutnya dengan kompetensi. Ketika pendengar menganggap pembicara sebagai orang yang kompeten (berpengetahuan dan berpengalaman) tentang subjek tertentu dan dapat dipercaya (jujur dan adil), mereka merasa lebih mudah untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh pembicara.<sup>123</sup> Sebagaimana yang ditulis juga oleh Aristoteles

---

<sup>123</sup>J. C. Reinard. *Foundations of Argument* (Dubuque, IA: William C. Brown, 1991), 353-54.



bahwa seorang pembicara harus menunjukkan niat baik terhadap pendengarnya dan mendahulukan yang terbaik bagi pendengar daripada mengedepankan kepentingan pribadi.<sup>124</sup> Berdasarkan peneliti kontemporer, pembicara yang menunjukkan niat yang baik akan selalu memahami kebutuhan dan perasaan pendengar, berempati dengan pandangan pendengar mereka (bahkan jika mereka tidak membaginya), dan senantiasa menanggapi komunikasi orang lain dengan cepat.<sup>125</sup>

Untuk pemula dalam *public speaking* ada beberapa hal yang bisa dilakukan untuk membangun kredibilitas di mata pendengar. pertama adalah, membagikan kualifikasi keilmuan anda kepada pendengar, atau paling tidak pengalaman anda mengenai topik yang akan dibincangkan. kedua, anda harus mengimbangi pernyataan anda dengan bukti dan sumber yang terpercaya. mengutip sejumlah sumber yang kredibel akan menunjukkan kehati-hatian anda di hadapan pendengar. Selain itu anda perlu memperhatikan pemilihan kata yang tepat saat menyampaikan informasi, sebisa mungkin hindari kata-kata yang tidak peka dan menyinggung perasaan pendengar. Hal ke empat adalah anda harus menunjukkan rasa hormat jika ada opini yang bertentangan dengan apa yang anda sampaikan, gunakan Bahasa yang sopan yang mengindikasikan penghormatan anda terhadap audiens. Terakhir dan yang terpenting adalah penyampaian yang menarik, sebelum tampil seringkali berlatih untuk membuat anda lancar dalam menyampaikan presentasi.

b. *Logos* (Bukti dan Penalaran yang dapat dipertanggungjawabkan)

Fakta yang dapat dipercaya akan semakin memperkuat kredibilitas Anda dihadapan pendengar. Alasan yang masuk akal yang mendukung klaim Anda juga penting jika Anda

---

<sup>124</sup>Aristotle. *On Rhetoric*, trans. G. A. Kennedy (New York: Oxford University Press, 1991), 1378a.

<sup>125</sup>J. C. McCroskey and J. J. Teven, "Goodwill: A Reexamination of the Construct and Its Measurement," *Communication Monographs* 66, no. 1 (1999): 92.



berharap untuk meyakinkan pendengar dan berniat mengubah keyakinan atau perilaku mereka. Ketika Anda menyajikan fakta yang dapat dipercaya untuk mendukung klaim Anda dan dengan jelas menunjukkan bagaimana fakta-fakta itu telah mengarahkan Anda ke klaim tersebut, inilah yang disebut dengan *logos*.

Ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam menyajikan fakta sebagai penguat pada pernyataan yang anda sampaikan di *public speaking*. hal pertama adalah identifikasi sumber dan kualifikasi dari data yang anda sampaikan, jangan hanya sekedar menyajikan fakta yang masih dipertanyakan otentifikasinya. Dokumentasi yang konkrit dan dapat di pertanggungjawabkan akan menguatkan kredibilitas anda sebagai pembicara.<sup>126</sup> Untuk memastikan kredibilitas sumber Anda, gunakan fakta yang disediakan oleh para ahli yang tidak memihak.<sup>127</sup>

Selain sumber yang dapat dipercaya, anda dapat menggunakan analisis terhadap pendengar untuk mengetahui apakah bukti yang akan anda sajikan baru dalam perspektif mereka, hal ini juga akan membantu anda untuk memberikan bukti yang tepat sesuai dengan kondisi pendengar anda. Argumentasi yang dapat dipertanggungjawabkan adalah hal penting lainnya yang harus anda perhatikan ketika menyampaikan pesan persuasif.

### c. *Pathos* (Mendapatkan tempat di hati pendengar)

Seorang pembicara dapat dengan mudah mendapatkan tempat di hati pendengar ketika mereka menggunakan daya tarik emosional yang tepat bagi pendengarnya. Emosi bisa digunakan untuk meningkatkan kemungkinan pendengar mengikuti apa yang disampaikan oleh pembicara. Meskipun

---

<sup>126</sup>H. Flesher, J. Ilardo, and J. Demoretcky, "The Influence of Field Dependence, Speaker Credibility Set, and Message Documentation on Evaluations of Speaker and Message Credibility," Southern Communication Speech Journal 34 (Summer 1974): 400.

<sup>127</sup>J. C. McCroskey, "A Summary of Experimental Research on the Effects of Evidence in Persuasive Communication," Quarterly Journal of Speech 55 (April 1969): 172.



demikian pemilihan kata – kata yang tepat juga harus diperhatikan. Untuk melibatkan emosi pendengar bukan berarti bahwa anda bisa memanipulasi atau membesar – besarkan bahkan mendramatisir sebuah cerita sedemikian rupa. Hal yang terpenting adalah anda melibatkan emosi secara etis dan di perkuat dengan bukti – bukti yang dapat meningkatkan kepercayaan pendengar.

### ***c. Public Speaking* untuk acara tertentu**

Pada acara tertentu akan terasa lebih berkesan jika didalamnya terdapat pidato dengan pesan tertentu yang memberikan pesan tersendiri bagi yang hadir. Pidato yang memuji, merayakan, mengenang, atau memperingati acara-acara khusus adalah hal yang sudah sering anda dapatkan dalam kehidupan sehari – hari. Pidato acara khusus menandai beberapa peristiwa paling penting dalam hidup anda. Sekalipun Anda tidak perlu menyampaikan presentasi formal dalam kapasitas resmi (seperti di tempat kerja), anda tetap perlu menyampaikan pesan – pesan sederhana yang bisa meninggalkan kesan baik bagi yang mendengarnya. Pidato untuk kepentingan tertentu dapat dibagi menjadi beberapa bentuk yang akan diuraikan secara detail berikut ini.

#### **a). Pidato Perkenalan**

Pidato pengantar biasanya dilakukan untuk memperkenalkan pembicara lain yang akan berbicara secara inti pada suatu acara. Sama seperti pidato lainnya, pidato pengantar harus merupakan pidato yang lengkap dan memiliki pengantar, badan, dan kesimpulan yang jelas dan Anda harus melakukan semuanya dalam waktu yang singkat sekitar 2-5 menit saja. Berbicara terlalu banyak akan memberikan efek jenuh kepada pendengar, terlebih jika pembicara lebih banyak menjelaskan hal – hal yang tidak berkaitan dengan pembicara inti yang akan dipersilahkan. Untuk pengantar, pikirkan pengait yang akan membuat pendengar Anda tertarik dengan pembicara yang akan datang. Anda perlu menemukan sesuatu yang dapat menarik perhatian pendengar dan membuat mereka bersemangat mendengar pembicara utama. Inti pidato pengantar Anda harus ditujukan untuk memberi tahu pendengar tentang topik



pembicara, mengapa pembicara memenuhi syarat, dan mengapa pendengar harus mendengarkan. Pertama, beri tahu pendengar Anda secara umum tentang topik pidato yang menyeluruh. Selanjutnya, Anda perlu menjelaskan secara singkat kepada pendengar mengapa mereka harus peduli dengan pidato yang akan disampaikan. Bagian terakhir dari pengantar yang baik adalah kesimpulan, yang umumnya dirancang untuk menyambut pembicara ke podium.

#### b). Pidato Presentasi

Pidato presentasi adalah pidato singkat yang diberikan sebagai pengantar sebelum memberikan hadiah atau kehormatan pada seseorang. Hal pertama, pidato presentasi menjelaskan latar belakang dan pentingnya penghargaan dan alasan mengapa penerima berhak menerimanya. Kedua, Anda bisa menjelaskan apa yang telah dicapai penerima agar penghargaan diberikan. Apakah orang itu memenangkan perlombaan? Apakah orang itu menulis literatur penting? Apakah orang tersebut menengahi konflik? Apa pun yang telah dilakukan penerima, Anda perlu menyorotnya dengan jelas. Terakhir, jika perlombaan atau kompetisi dilakukan di forum publik dan banyak orang tidak menang, penting untuk memberikan apresiasi kepada seluruh pihak yang sudah berpartisipasi didalamnya.

#### c). Pidato Penerimaan

Pidato penerimaan adalah pelengkap dari pidato presentasi yang dijelaskan sebelumnya. Pidato penerimaan disampaikan oleh orang yang menerima hadiah atau penghargaan. Ada tiga komponen khas dari pidato penerimaan: Pertama, Anda ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah memberi Anda penghargaan atau kehormatan dan mungkin mereka yang memilih Anda. Kedua, Anda ingin memberikan penghargaan kepada mereka yang membantu Anda mencapai penghargaan atau kehormatan. Tidak ada orang yang mencapai hal-hal dalam hidupnya sendiri. Kita semua memiliki keluarga, teman, dan kolega yang mendukung kita dan membantu kita mencapai apa yang kita lakukan dalam hidup, dan pidato penerimaan adalah waktu yang tepat untuk mengenali orang-orang itu



dengan anggun. Terakhir, sampaikan betapa bermaknanya penghargaan /hadiah tersebut untuk anda.

d). Pidato Dedikasi (Pengabdian)

Pidato dedikasi biasanya disampaikan ketika anda meresmikan sebuah tempat yang ditujukan untuk khalayak. Pidato-pidato ini dirancang untuk menyoroti pentingnya proyek dan mungkin mereka yang mendengarkan menjadi sasaran proyek telah didedikasikan oleh seseorang. Saat mempersiapkan pidato dedikasi, mulailah dengan menjelaskan bagaimana Anda terlibat dalam didalamnya dan bagaimana posisi anda dalam proyek pembangunan tersebut. Penting juga untuk menjelaskan siapa saja yang terlibat dalam proyek tersebut. Terakhir, jelaskan mengapa proyek itu penting dan bagaimana hal itu akan memberi manfaat kepada masyarakat.

e). Pidato Perayaan /Perjamuan

Pidato ini disampaikan untuk mengapresiasi sebuah perayaan, pernikahan, atau keberhasilan dalam pekerjaan. Pidato ini biasanya disampaikan dengan ringan dan santai namun tetap memperhatikan kondisi dan latar belakang pendengar untuk menghindari hal – hal yang bisa menyebabkan ketesinggungan di tengah – tengah perayaan. Pidato ini tentunya disampaikan oleh orang yang mendapatkan atau mengadakan perayaan.

f). Pidato Eulogi

Pidato Eulogi adalah pidato yang diberikan untuk menghormati seseorang yang telah meninggal. Pidato ini biasanya disampaikan oleh kerabat terdekat untuk mengenang kebaikan orang yang telah meninggal serta memohonkan maaf untuk hal – hal tidak berkenang yang pernah dilakukan. Saat menyiapkan pidato ini, pertama-tama Anda perlu tahu sebanyak mungkin informasi tentang almarhum. Semakin banyak informasi yang Anda miliki tentang orang tersebut, semakin baik anda dalam menyampaikan pidato. Kedua, meskipun pidato disampaikan pada kesempatan yang serius dan sedih, akan sangat membantu untuk mencari setidaknya satu poin yang bisa menjadikan pidato anda lebih ringan atau sedikit menghibur. Dalam beberapa budaya, pada kenyataannya, teman-teman



dan keluarga yang menghadiri pemakaman akan mengharapkan pidato itu sedikit menghibur mereka.

g). Pidato Perpisahan

Pidato perpisahan memungkinkan seseorang untuk mengucapkan selamat tinggal pada satu bagian dari hidupnya ketika dia pindah ke bagian kehidupan selanjutnya. Mungkin Anda telah menerima pekerjaan baru dan meninggalkan pekerjaan Anda saat ini, atau Anda lulus dari perguruan tinggi dan masuk tenaga kerja. Apa pun masalahnya, periode transisi sering kali ditandai oleh pidato perpisahan.

Ketika mempersiapkan pidato perpisahan, tujuannya adalah untuk berterima kasih kepada orang-orang di posisi Anda saat ini dan biarkan mereka tahu betapa Anda menghargai mereka ketika Anda pindah ke posisi berikutnya dalam hidup. Kedua, Anda ingin mengungkapkan kepada pendengar seberapa besar makna pengalaman itu bagi Anda. Pidato perpisahan adalah waktu untuk memperingati dan memikirkan masa-masa indah yang Anda alami. Dengan demikian, Anda harus menghindari hal negatif selama pidato ini. Terakhir, Anda ingin memastikan bahwa Anda mengakhiri dengan nada tinggi dan melibatkan emosi pendengar agar pidato perpisahan semakin berkesan.

Dalam prakteknya menyampaikan public speaking dalam kondisi tertentu tidak semudah yang dibayangkan. Salah satu hal yang menjadi kendala adalah konteks pendengar yang memiliki latar belakang budaya dan agama yang berbeda. Untuk itu sangat penting untuk pembicara memahami secara umum etika dan strategi menyampaikan pidato singkat pada beberapa kesempatan yang berbeda.

Pidato pada acara khusus yang sukses sering membangkitkan respons emosional, seperti tawa, air mata, kegembiraan, dan bahkan arogansi. Karena banyak acara khusus berhubungan erat dengan peristiwa penting dalam kehidupan manusia, hal ini memungkinkan pendengar anda untuk lebih emosional. Apakah gembira atau serius, sikap dan kata-kata Anda harus sesuai dengan suasana keseluruhan acara khusus di mana Anda memberikan pidato. Seperti kata



pepatah, ada waktu dan tempat untuk segalanya ada waktu untuk menceritakan kisah lucu, ada waktu untuk menunjukkan rasa hormat, dan ada waktu untuk berbagi kesedihan Anda sendiri. Dengan memastikan bahwa apa yang Anda katakan dan bagaimana Anda mengatakannya sesuai untuk acara tersebut, Anda akan meningkatkan efektivitas dari pidato anda.

Latar belakang budaya, agama, usia, nilai-nilai, dan karakteristik budaya pendengar semuanya memengaruhi bagaimana mereka memandang suatu peristiwa khusus dan apa yang mereka harapkan dari sebuah pidato. Sebelum memberikan pidato acara khusus, pastikan Anda kenal dengan harapan pendengar anda agar anda tahuapa yang harus dikatakan selama pidato dan bagaimana cara menyampaikannya secara efektif.

#### ***d. Public Speaking untuk Komunikasi Kelompok***

Mengetahui bagaimana menguasai dinamika kelompok, bekerja dengan baik dengan orang lain demi kepentingan bersama bersama, dan mengomunikasikan pencapaian grup Anda kepada orang lain adalah keterampilan hidup yang berharga. Pada kenyataanya tidak semua orang mampu melakukan komunikasi yang baik dalam kelompoknya, interaksi kelompok yang tidak dikelola dengan baik sangat rentang terhadap konflik baik internal maupun eksternal.

Komunikasi kelompok pada lingkup professional seperti pekerjaan adalah hal yang tak terhindarkan dalam masyarakat. Olehnya, membangun komunikasi efektif dalam sebuah kelompok akan meningkatkan produktifitas dan kolaborasi akan semakin membaik. Sejatinya, Setiap anggota kelompok pasti memiliki pengalaman dan perspektif yang berbeda. Dengan berbagi ide, setiap anggota memiliki peluang untuk menemukan potensi masalah atau perbaikan dalam rencana yang mungkin dilewatkan oleh seorang individu. Selain itu setiap orang dalam suatu kelompok memiliki kekuatan dan minat yang berbeda. Keahlian komunikasi dalam hal membagi tugas kelompok juga dalah sesuatu yang penting. Lebih lanjut pada bagian ini Penulis



akan memberikan saran untuk mengelola elemen kunci dalam dinamika kelompok dalam kaitannya dengan *public speaking* termasuk bagaimana memimpin suatu kelompok, cara berpartisipasi dalam suatu kelompok, cara membuat keputusan sebagai suatu kelompok, dan bagaimana mempresentasikan temuan atau keputusan Anda kepada pendengar dalam suatu kelompok.

a. *Public Speaking* dalam Rapat

Seorang pemimpin kelompok harus bisa melakukan pertemuan yang efektif pada setiap kesempatan, pertemuan dengan cara yang memungkinkan anggota untuk bekerja bersama secara produktif, menyumbangkan ide-ide mereka, dan membuat keputusan dengan informasi yang baik. Jika Anda pemimpin grup, pertimbangkan tips ini untuk memfasilitasi pertemuan kelompok.

Pertama, perhatikan hal - hal yang bersifat administratif dan teknis, misalnya, di mana dan kapan pertemuan akan berlangsung? Siapa yang akan memulai rapat dan mencatat? Dan bagaimana catatannya harus di buat. Selanjutnya, jadilah contoh yang baik dalam berkomunikasi hindari menyela orang lain atau mengabaikan pertanyaan atau komentar mereka. Buat anggota kelompok merasa mereka dapat berinteraksi dengan Anda dengan nyaman. Dan tahan dorongan untuk mendominasi diskusi atau keputusan. Hal yang tidak kalajh pentingnya adalah bagaimana memfasilitasi diskusi dengan baik. Pastikan semua anggota grup Anda memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam setiap diskusi. Jika beberapa anggota kelompok tidak berbicara selama pertemuan, berusaha untuk membawa mereka ke dalam diskusi, arahkanlah forum agar memberikan kesempatan kepada mereka untuk menyampaikan pendapatnya. Meskipun penting untuk berkontribusi ketika Anda memiliki gagasan, cobalah untuk membiarkan anggota lain berbicara terlebih dahulu, karena jika anda menyampaikan terlebih dahulu mereka mungkin ragu untuk menentang Anda.



Lebih jauh tentang komunikasi dalam kelompok, jika anda adalah seseorang yang memiliki peran penting dalam kelompok tersebut, dalam hal komunikasi anda juga harus berusaha menghindarkan anggota kelompok pada *groupthink*. Groupthink adalah kecenderungan anggota untuk menerima ide dan informasi tanpa kritik karena perasaan yang kuat atau *single-mindedness* dalam grup.<sup>128</sup> Groupthink mengikis pertukaran ide yang hidup dan terbuka, bahkan nantinya akan menghilangkan kemandirian secara individu karena merasa bergantung ada kelompok begitu juga pemikiran kritis akan semakin berkurang.<sup>129</sup> Jika pada suatu rapat ada satu orang yang mengajukan pendapat dan yang lainnya mengangguk setuju cobalah untuk memperluas diskusi sebelum sampai pada keputusan akhir. Misalnya, tanyakan kepada peserta yang sangat berwawasan apakah dia dapat memikirkannya potensi risiko apa pun terhadap tindakan yang diusulkan. Jika tidak ada yang mau menawarkan ide apa pun, pertimbangkan untuk mengajukan sendiri beberapa masalah sebagai alat analisis.

b. Mengelola Konflik dalam Kelompok melalui *Public Speaking*

Konflik akan selalu ada sebagai sebuah dinamika dalam kelompok. Meski beberapa konflik bisa membantu membangun kebersamaan bahkan memberikan keuntungan kelompok jika ditangani dengan baik. Misalnya, ketika anggota menyatakan ketidaksetujuan secara jujur tentang sebuah rencana yang sudah di tetapkan, hal ini mungkin bisa menjadi pertimbangan untuk meminimalisir resiko yang akan terjadi. Tetapi konflik antarpribadi yang tidak ada hubungannya dengan misi kelompok dapat menimbulkan gangguan. Intinya, Kapan pun konflik muncul dalam kelompok Anda, berusahalah untuk meminimalkannya atau

---

<sup>128</sup>I. Janis. *Victims of Groupthink* (Boston: Houghton Mifflin, 1972).

<sup>129</sup>See B. Kennedy, "The Hijacking of Foreign Policy Decision Making: Groupthink and Presidential Power in the Post 9/11 World," *Southern California Interdisciplinary Law Journal* 21 (2012): 637.



menyalurkannya ke arah yang produktif dengan membangun komunikasi yang baik.

Beberapa hal yang bisa di lakukan untuk meminimalisir konflik adalah melihat substansi ide dan menghindari keberpihakan kepada individu tertentu. Selanjutnya, selesaikan konflik dengan Cepat. Jika konflik di antara anggota kelompok mengganggu, cobalah untuk menyelesaikannya daripada membiarkannya berlanjut atau menekannya. Beri anggota yang tidak setuju kesempatan yang sama untuk menjelaskan perspektif mereka; biarkan setiap orang berbicara tanpa interupsi, dan kemudian tanyakan pendapat anggota lain. Sebagai pemimpin, Anda pada akhirnya mungkin perlu menawarkan pendapat atau suara Anda untuk memecahkan kebuntuan pada suatu masalah, tetapi cobalah untuk memberi anggota kelompok kesempatan untuk berbicara sebelum menyampaikan pendapat Anda. hal lain yang harus diperhatikan dalam mengelola konflik adalah bagaimana menganalisis emosi yang dapat mengganggu. Konflik dapat memicu emosi yang intens dan mengganggu dalam suatu kelompok. Bahkan setelah konflik diselesaikan, anggota mungkin masih merasa marah, kesal, atau malu dan mungkin menarik diri dari diskusi. Jika ini terjadi, bawalah kembali anggota yang enggan berdiskusi dengan meminta masukan mereka tentang masalah penting, dengan begitu mereka akan merasa lebih di harga.

### c. Menyampaikan Presentasi Kelompok

Ada beberapa metode yang bisa dipakai untuk melakukan presentasi kelompok, misalnya, simposium, diskusi panel, atau presentasi oleh satu perwakilan kelompok. berikut akan dibahas lebih detail l, mengenai setiap bagian dari metode ini.

#### 1. Simposium

Dalam simposium ada serangkaian pidato pendek yang disampaikan di depan para peserta atau pengunjung yang datang. Setiap anggota kelompok akan mendapatkan giliran



untuk berbicara dan bertanggungjawab untuk menyampaikan bagian presentasi yang berbeda, tergantung pada keahliannya atau minat atau kebutuhan kelompok berdasarkan tema simposium. Misalnya, sebuah kelompok akan mempresentasikan projek sosial baru, satu anggota akan mempresentasikan latar belakangnya dan yang lain mungkin akan menyampaikan proses dan analisis dampaknya.

Terkait *public speaking* ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melaksanakan simposium. Pastikan semua orang dalam kelompok setuju dengan topik yang akan dibicarakan oleh setiap pembicara begitu pun dengan waktunya. Ketika Anda berperan serta dalam simposium, hindari berbicara lebih lama dari waktu yang diberikan. Jika tidak, pembicara berikutnya mungkin tidak memiliki cukup waktu untuk menyampaikan bagian presentasi mereka. Selain itu, hormatilah ide dari pembicara lain. Saat Anda menutup bagian presentasi Anda, pastikan untuk memperkenalkan pembicara berikutnya secara singkat dan catat hubungan antara topik Anda sebagai transisi. Sebagai rasa hormat kepada pembicara dan hadirin berikutnya, perkenalkan nama pembicara berikutnya. Seperti halnya pidato lain, simposium yang efektif memiliki pengantar, tubuh, dan kesimpulan. Selain mempresentasikannya ide, pembicara pertama harus dimulai dengan pengantar yang mendapatkan perhatian pendengar, mengungkapkan topik presentasi, menetapkan kredibilitas, menghubungkan dengan audiens, dan meninjau ide utama yang akan dikembangkan oleh pembicara berikutnya. Pembicara terakhir harus menyimpulkan dengan merangkum ide utama masing-masing presenter dan memberikan kesan yang baik kepada pendengar.

## 2. Diskusi Panel

Dalam diskusi panel, para panelis akan terlibat dalam satu wacana yang sama. Anggota kelompok duduk di meja dan berbicara seolah-olah bercakap-cakap di antara mereka sendiri, sementara penonton menonton dan mendengarkan.



Mungkin ada waktu untuk pertanyaan audiens setelah diskusi, tetapi peran utama anggota panel adalah berbicara, dan peran utama penonton adalah mendengarkan. Diskusi panel biasanya membutuhkan moderator yang memperkenalkan masing-masing panelis (peserta) dan memfasilitasi diskusi. Peran moderator adalah mirip dengan pemimpin dalam diskusi kelompok. Dia memonitor waktu, mengarahkan pertanyaan selama diskusi berjalan, dan memastikannya setiap anggota panel memiliki kesempatan untuk berpartisipasi. Seorang moderator juga dapat berpartisipasi dalam diskusi, namun dia tidak boleh mendominasi presentasi.

Peserta panel, juga, harus berkontribusi dalam diskusi tanpa memonopoli presentasi. Penting untuk berpartisipasi jika Anda punya pengalaman atau keahlian khusus terkait topik yang sedang dibicarakan. Juga, berhati-hatilah dan profesional saat tidak setuju dengan ide anggota lain. Suasana dalam diskusi panel biasanya lebih santai dari simposium, dan panelis dapat berinteraksi dengan pembicara lain, memberi komentar, atau mengajukan pertanyaan. Bicarakan tentang diskusi panel sebelumnya dengan grup anda sehingga anda semua tahu pertanyaan atau topik yang Anda ingin bahas. Dengan begitu, kelompok akan dipersiapkan dengan baik dan mampu memprioritaskan masalah terpenting mana yang akan dibahas.

### 3. Persentasi melalui perwakilan kelompok

Untuk memilih perwakilan kelompok dalam melakukan presentasi harus dipertimbangkan anggota mana yang paling memenuhi syarat untuk mewakili? Siapa yaide group. Apakah topik yang akan dibahas memerlukan etos atau otoritas pemimpin kelompok atau seseorang dengan keahlian tertentu? Pilihlah anggota yang paling memenuhi kriteria ini. Kedua, jika Anda adalah orang yang dipilih untuk memberikan presentasi, pastikan kelompok Anda telah dengan cermat memikirkan semua aspek pidato. Ketiga, saat Anda menyampaikan *public speaking*, berhati-hatilah untuk membedakan apakah Anda mewakili pandangan Anda



sendiri, pandangan beberapa anggota grup, atau konsensus dari semua anggota grup. Bersikaplah adil dan akurat saat meringkas sudut pandang anggota lain. Akui ide anggota lain.

#### **e. *Public Speaking* dengan Menggunakan Media**

Sejak tahun 1990-an, teknologi komunikasi yang berkembang pesat telah banyak merubah gaya hidup dan pola interaksi dalam masyarakat. Sebelumnya, sebagian orang cenderung menulis surat dan menggunakan telepon rumah tetap berkomunikasi dengan kerabat lain di tempat yang berbeda. Sekarang masyarakat cenderung menggunakan teks pesan, email, dan media sosial sebagai gantinya.

Bagaimana tren ini berhubungan dengan berbicara di depan umum? Teknologi ini telah menciptakan lebih banyak opsi bagi pembicara publik untuk menjangkau pendengarnya. Meskipun teknologi tetap tidak dapat mereplikasi kealamian komunikasi *face to face* dan ikatan yang dibuat ketika pembicara dan pendengar bertemu dalam satu ruang. Teknologi dalam kaitannya dengan komunikasi terutama pada masa pandemic sangat berperang penting, olehnya penggunaan media dalam menyampaikan *public speaking* akan menawarkan beberapa manfaat khusus seperti penghematan biaya dan kemampuan untuk menjangkau pendengar lebih luas.

Ada beberapa kondisi yang mewajibkan anda untuk menyampaikan *public speaking* menggunakan media, misalnya, presentasi disekolah, tempat kerja serta dalam komunitas anda. dalam beberapa kondisi anda perlu merekam penjelasan pelajaran yang akan anda kirimkan kepada siswa, berpartisipasi dalam wawancara beasiswa dan pekerjaan, membuat video untuk acara tertentu dan menguploadnya di youtube, membuat program podcast untuk radio dan berbagai presentasi lainnya melalui media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa presentasi dengan menggunakan media online semakin meluas dan semakin diminati akhir – akhir ini. Sebuah survey menemukan bahwa lebih dari tiga perempat institusi perguruan tinggi



melaksanakan pembelajaran melalui online.<sup>130</sup>Pembelajaan pada teknologi diseluruh dunia tumbuh dari \$ 2 miliar pada tahun 2011 menjadi \$ 7 miliar pada 2014.<sup>131</sup>

Penyampaian *Public Speaking* melalui media bisa di bagi menjadi 2 yaitu presentasi dengan rekaman (prerecorded) atau siaran langsung (real time presentation). Presentasi yang direkam sebelumnya oleh pembicara bisa ditonton nanti oleh satu atau beberapa pendengar. Misalnya, pembicara dapat membuat podcast atau video presentasi YouTube. Presentasi dengan menggunakan siaran langsung bisa dengan menggunakan beberapa media seperti *skype*, *zoom*, *streamyard* atau *live* melalui sosial media (facebook dan instagram). Pidato-pidato ini mirip dengan presentasi tatap muka tetapi dengan satu perbedaan penting: audiens dan pembicara tidak bersama.

Presentasi yang dimediasi menghadirkan peluang dan tantangan, dan ini dapat bervariasi tergantung pada apakah dalam format yang direkam sebelumnya atau secara live.

#### a. Peluang Menggunakan Media dalam *Public Speaking*

Beberapa peluang dan manfaat menggunakan media dalam *public speaking* yang pertama adalah fleksibilitas, Tidak seperti presentasi tatap muka, di mana Anda harus berada di tempat tertentu pada waktu tertentu, penggunaan media seperti video conference memungkinkan pendengar berada di beberapa lokasi yang mungkin lebih nyaman. Pidato yang direkam sebelumnya juga dapat dilihat di berbagai lokasi dan waktu yang berbeda. Salah satu ketertarikan pendengar terhadap *public speaking* tertentu adalah fleksibilitas yang ditawarkan.

---

<sup>130</sup>K. Parker, A. Lenhart, and K. Moore, *The Digital Revolution and Higher Education: College Presidents, Public Differ on Value of Online Learning* (Washington, DC: Pew Research Center, August 28, 2011), 1.

<sup>131</sup>For more, see "Video Conferencing Market: Global Opportunity, Trends, Forecast 2015-2019, Technavio Report, <http://www.technavio.com/report/video-conferencing-market-globalopportunity-trends-forecast-2015-2019>.



Kedua, efisiensi waktu dan uang, untuk membuat sebuah acara yang mendatangkan pembicara handal tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit, bahkan dalam beberapa kesempatan penyelenggara harus membiayai akomodasi dan transportasi untuk para pendengar. Selain itu perjalanan untuk mendatangi sebuah acara juga membutuhkan waktu dan tenaga, daripada membuat harus mendatangkan pendengar, penggunaan media teknologi akan lebih efisien dalam menyampaikan *public speaking* kepada pendengar.

Ketiga, Jumlah Pendengar. Kehadiran Pendengar pada presentasi tatap muka biasanya dibatasi tergantung daya tampung di ruangan yang tersedia dan kesempatan peserta untuk menghadiri acara. Namun presentasi yang menggunakan media dapat dilihat oleh audiens di lokasi yang berbeda dan bahkan pada waktu yang berbeda (untuk pidato yang direkam sebelumnya), presentasi tersebut memberi Anda kesempatan untuk menyampaikan pesan anda kepada lebih banyak orang.

Secara khusus, kelebihan yang bisa di dapatkan dengan melakukan *public speaking* melalui media recording, maka dari pihak pendengar memungkinkan mereka untuk menjeda dan memutar ulang. Rekaman informasi dapat memberikan kesempatan tambahan kepada pendengar untuk memproses dan merefleksikan pesan Anda. dari pembicara dapat kembali dan meninjau bagian dari presentasi atau menonton kembali keseluruhan pidato. Pendengar juga dapat menjeda video dan mendiskusikan sebagian pidato sebelum melanjutkan ke ide utama berikutnya. kelebihan lainnya adalah anda bisa menyimpan rekaman dengan kualitas yang baik dan memutar nya sewaktu – waktu. Jika di dibandingkan dengan media siaran langsung, maka kelebihannya dalah pendengar bisa langsung memberikan umpan balik kepada pembicara. Keputusan untuk menggunakan media sirang langsung mungkin bergantung pada tujuan presentasi. Jika pesannya



lugas dan tidak rumit, format ini kemungkinan besar akan sesuai.<sup>132</sup>

## b. Tantangan Melakukan *Public Speaking* melalui Media

Tantangan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam melakukan sesuatu, baik *public speaking* secara langsung ataupun menggunakan perantara media akan menghadapi tantanngannya masing – masing. Penggunaan media cenderung lebih riskan karena segala sesuatunya tergantung stabilitas jaringan. Beberapa tantangannya adalah berkurangnya kealamian interaksi, berkurangnya kedekatan antara pembicara dan pendengar, berkurangnya komunikasi nonverbal dan kurangnya umpan balik, dan berbagai kesulitan mengatasi tehnis yang mungkin terjadi.<sup>133</sup>

- Berkurangnya Kealamian Interaksi

Otak kita dirancang untuk interaksi tatap muka. Sejak Zaman Batu, manusia telah menggunakan ekspresi wajah dan suara sebagai alat komunikasi utama. Seiring waktu, evolusi telah menghasilkan adaptasi biologis yang meningkatkan efektivitas interaksi *Face to Face*. Demikian pula, adaptasi otot pada wajah manusia memungkinkan beragam ekspresi wajah digunakan untuk berkomunikasi.<sup>134</sup>

Kealamian interaksi dalam media komunikasi ditentukan oleh sejauh mana media tersebut cocok dengan fitur interaksi tatap muka. Faktor kunci yang menentukan kealamian interaksi adalah berbagi ruang yang sama,

---

<sup>132</sup>J. M. Denstadli, T. E. Julsrud, and R. J. Hjorthol, "Videoconferencing as a Mode of Communication: A Comparative Study of the Use of Videoconferencing and Face-to-Face Meetings," *Journal of Business and Technical Communication* 26, no. 1 (2012): 71.

<sup>133</sup>Douglash M. Fraleigh dan Joseph S. Tuman. *Speak Up! an ilustared guide to public Speaking fourth edition*. Bedford/St. Martin's. Boston, New York. 2017. p.546

<sup>134</sup>N. Kock, "Information Systems Theorizing Based on Evolutionary Psychology: An Interdisciplinary Review and Theory Integration Framework," *MIS Quarterly* 33, no. 2 (2009): 406–407.



mengirim dan menerima pesan dengan cepat, dan mampu mengirim dan menerima ekspresi verbal dan nonverbal.<sup>135</sup>

- Berkurangnya Kedekatan Psikologis

Ketika Anda dan pendengar Anda tidak berbagi ruang yang sama, rasa keterkaitan itu berkurang. Saat Anda menyampaikan pidato secara tatap muka, terutama dalam suasana yang khusus, penonton secara fisik lebih dekat dengan Anda. Mereka dapat mengamati kontak mata Anda dan memaknai gerakan tubuh anda. Sebaliknya, ketika Anda dan pendengar Anda berada di lokasi yang berbeda, Anda akan merasa kurang memiliki hubungan psikologis. Anda mungkin juga merasa kurang memiliki ikatan dengan pendengar Anda saat melakukan presentasi di depan kamera, tanpa feedback langsung akan merasakan kehampaan.<sup>136</sup>

- Pemaknaan terhadap komunikasi non verbal

Dalam *public speaking* tatap muka, pendengar dapat mengamati berbagai macam perilaku nonverbal Anda, namun Dalam presentasi yang menggunakan media hal ini kecil kemungkinannya, terutama saat menggunakan kamera yang tidak merekam seluruh tubuh. Presentasi dengan menggunakan media akan merubah cara pendengar menangkap dan menafsirkan pesan nonverbal yang anda tunjukkan. Misalnya, gambar datar dari gerakan wajah yang muncul di layar tidak sama dengan gambar yang terlihat secara langsung dalam tiga dimensi.

- Berkurangnya Umpan Balik dari Pendengar

*Public Speaking* dengan tatap muka memberikan kesempatan kepada pendengar untuk memberikan umpan balik dan interaksi secara langsung, hal demikian juga memang bisa di lakukan dengan media siran langsung namun tentu kualitasnya berbeda. Bahkan Saat pidato anda direkam sebelumnya, pendengar Anda tidak memiliki kesempatan

---

<sup>135</sup>N. Kock, "Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and Its Influence on Our Behavior toward E-Communication Tools," *IEEE Transactions on Professional Communication* 48, no. 2 (2005): 121.

<sup>136</sup>W. Turmel, *Ten Steps to Successful Virtual Presentations* (Alexandria, VA: ASTD Press, 2011), 8.



untuk memberikan umpan balik secara langsung. Penurunan respons audiens ini menyebabkan beberapa kerugian. Biasanya, umpan balik memungkinkan Anda mengetahui apakah Anda berbicara dengan jelas atau presentasi dengan intonasi dan kecepatan yang tepat. Akan sulit bagi anda untuk mengukur pemahaman pendengar, sehingga sulit untuk memperjelas dan memperbaiki presentase anda di waktu yang sama.

Dengan mengetahui berbagai tantangan yang mungkin anda hadapi ketika menyampaikan *public speaking* melalui media, maka anda akan berusaha untuk meminimalisir setiap kemungkinan yang bisa mengganggu jalannya proses penyampaian informasi.





## BAB IX

# KONSEP DAN PRAKTEK *PUBLIC SPEAKING* DALAM ISLAM

Kegiatan *public speaking* ini dalam konteks Islam sering disebut dengan ceramah. Metode ceramah ini merupakan metode yang dilakukan generasi awal umat Islam dalam proses menyampaikan dakwah Islam (Arifin, 2013: 125). Metode ini menjadi salah satu karakteristik dakwah pada masa nabi dalam periode makkah dimana periode ini merupakan metode ceramah secara lisan, baik yang secara sembunyi maupun terang-terangan. Ceramah adalah metode yang dilakukan dengan cara atau maksud untuk menyampaikan keterangan petunjuk, pengertian, penjelasan tentang suatu masalah dihadapi orang banyak.<sup>137</sup> Dalam pengertian lain ceramah adalah metode yang digunakan oleh

---

<sup>137</sup>Abdul kadir Munsiy, *Metode Diskusi dalam Dakwah*, (surabaya: Al-Ikhlās, 1981), h. 33.



penceramah atau da'i dalam menyampaikan pesan kepada audiens atau mad'u serta mengajak audiens kepada jalan yang benar, sesuai dengan ajaran agama guna untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah swt. demi kebahagiaan dunia dan akhirat.

*Da'i* atau istilah lain adalah publik speaker merupakan orang yang melaksanakan dakwah atau publik speaking yang dilakukan baik secara individu, kelompok, maupun melalui suatu organisasi atau lembaga tertentu. Secara umum kata *da'i* ini lebih dikenal dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam)<sup>138</sup>. *Mad'u* atau audiens adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau manusia yang menerima pesan dakwah, baik individu maupun kelompok, baik yang sudah Islam maupun yang belum, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh sebagaimana yang ditulis oleh M. Munir dan Wahyu Ilahi membagi *mad'u* menjadi tiga jenis,<sup>139</sup> yaitu:

- a. Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran. Mereka adalah orang yang dapat berpikir secara kritis dan cepat menangkap kebenaran.
- b. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum bisa berpikir kritis dan mendalam, serta belum mampu menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut. Mereka adalah orang yang senang membaca sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

Dakwah sendiri mengandung arti Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan<sup>140</sup>. Untuk mengetahui makna dakwah, perlu merujuk kepada al-Qur'an

---

<sup>138</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 75

<sup>139</sup>M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Cet 3, Jakarta: Kencana.2012). h. 23.

<sup>140</sup>Muliadi, *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya* (Makassar: Alauddin University Press, 2012). h. 1.



ketika menggunakan istilah-istilah secara etimologi, dalam berbagai ayat selalu sarat makna dan mengandung makna-makna konseptual yang mendalam. Isyarat penggunaan kosa kata, dakwah diekspresikan dalam bentuk kata kerja, dapat dilihat dalam al-Qur'an sebagai berikut<sup>141</sup>:

a. Seruan, dalam QS Yunus/10: 25 berbunyi:

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ

"Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)"<sup>142</sup>.

b. Ajakan, dalam QS Yusuf/12: 33,

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ

*"Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku Termasuk orang-orang yang bodoh."(QS Yusuf 33)*<sup>143</sup>

c. Undangan, dalam QS al-Qashas/28: 25.

فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَىٰ اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقَصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ

*"Kemudian datanglah kepada Musa salah seorang dari kedua wanita itu berjalan kemalu-maluan, ia berkata: "Sesungguhnya bapakku memanggil kamu agar ia*

---

<sup>141</sup>Muliati Amin, *Teori-teori Ilmu Dakwah* (Cet I ; Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 2-3

<sup>142</sup>Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h. 310

<sup>143</sup>Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h. 353



*memberikan balasan terhadap (kebaikan)mu memberi minum (ternak) kami". Maka tatkala Musa mendatangi bapaknya (Syu'aib) dan menceritakan kepadanya cerita (mengenai dirinya), Syu'aib berkata: "Janganlah kamu takut. Kamu telah selamat dari orang-orang yang zalim itu."<sup>144</sup>.*

- d. Panggilan, do'a atau permohonan dalam QS al-Baqarah/2: 186.

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۖ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

*"Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, Maka (jawablah), bahwasanya aku adalah dekat. aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran" (QS Al-Baqarah 186)<sup>145</sup>.*

Dari ayat tersebut di atas, dapat dipahami bahwa kata dakwah dari etimologi ada dua pendekatan makna yaitu ada yang dikaitkan dengan jalan Allah swt., jalan kebaikan atau jalan surga, sebaliknya ada pula disandarkan pada jalan setan, jalan keburukan atau jalan ke api neraka bahkan dalam satu ayat, terdapat pula penggunaan kata dakwah untuk arti kedua-duanya yakni jalan kebaikan dan keburukan (api neraka) sekaligus. Hal ini dapat dilihat dalam QS al-Baqarah/2: 221.

...أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۗ وَبَيْنَ  
ءَايَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

*"Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya" (QS al- Baqarah 221)<sup>146</sup>*

---

<sup>144</sup>Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h. 613

<sup>145</sup>Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h. 45

<sup>146</sup>Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h. 53



Dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah secara etimologi mencakup seluruh aktivitas manusia yakni satu sumber istilah dipergunakan oleh dua objek yang berbeda, yaitu satu mengajak kepada keselamatan atau ke surga dan yang satu mengajak kesesatan atau neraka. Pada kenyataannya dakwah ke jalan Allah swt. atau jalan keselamatan bahkan ini tugas pokok seorang muslim.<sup>147</sup>

Dari segi terminologi, term dakwah lebih dipahami sebagai usaha dan ajakan kepada jalan kebenaran. Dalam perspektif terminologi ajakan dan seruan itu dinamai dakwah bila tidak dimaksudkan untuk membawa manusia ke jalan Allah.<sup>148</sup> Berikut ini ada beberapa pandangan ulama tentang pengertian dakwah:

- a. Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A  
Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.<sup>149</sup>
- b. Menurut Prof. Dr. M. Quraish Shihab  
Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha megubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.<sup>150</sup>
- c. Menurut HSM. Nasaruddin Latif  
Dakwah adalah setiap usaha aktivitas dengan tulisan maupun lisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil lainnya

---

<sup>147</sup>Muliati Amin, *Teori-teori Ilmu Dakwah*. h. 4-5.

<sup>148</sup>Muliati Amin, *Teori-teori Ilmu Dakwah*. h. 6.

<sup>149</sup>Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Wijaya, 1979), h. 1.

<sup>150</sup>M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2001), h. 194.



untuk beriman dan mentaati Allah swt. sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariat serta akhlak islami.<sup>151</sup>

d. Menurut Abdullah Ba'lawy al-Haddad

Dakwah adalah mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar, untuk di alihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, beriman kepadanya serta mencegah dari apa yang menjadi lawan kedua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran.<sup>152</sup>

Dari berbagai perumusan definisi di atas, kiranya bisa disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dakwah itu merupakan aktivitas dakwah atau suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar
- b. Usaha dakwah tersebut berupa ajakan kepada Allah dengan *al-amar bi al ma'ruf an-nahyu an al-mungkar*
- c. Usaha tersebut dimaksudkan untuk mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri yaitu menuju kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.<sup>153</sup>

#### a. Metode Publik speaking (Dakwah) dalam Islam

Dari segi bahasa "metode" berasal dari dua perkataan yaitu "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara).<sup>154</sup> Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus di lalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan, yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*.<sup>155</sup> Metode adalah cara kerja yang bersistem untuk memudahkan

---

<sup>151</sup>Lihat HSM. Nasaruddin Latif dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 5.

<sup>152</sup>Abdullah B'lawiy al-Haddad, *al-Nashihu al-Diniyah*, diterjemahkan oleh Muhammad Abdai Rathomy, dengan judul *Petuah-Petuah Agama Islam* (semarang: Toha Putra, 1980), h. 80.

<sup>153</sup>Muliadi, *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya*. h. 7.

<sup>154</sup>Tim Gama Press, *Kamus Ilmiah Populer* (Yogyakarta: Gama Press, 2010), h. 448.

<sup>155</sup>Hasanudin, *Hukum Dakwah* (Cet I; Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), h. 35.



pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.<sup>156</sup>

Dari pengertian di atas, dapat diambil pengertian bahwa metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang dai kepada *mad'u* (objek) untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.<sup>157</sup> Sedangkan makna metode dakwah secara istilah, menurut beberapa pendapat adalah: Menurut Albayanuni, metode dakwah adalah cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi dakwah.<sup>158</sup> Sedangkan Menurut Said bin Ali al Qahthani, metode dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.

Dari beberapa definisi ini, ada beberapa karakter yang melekat dalam metode dakwah, yaitu metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah, karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.

Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah termaktub dalam al-Qur'an, yang disebutkan dalam QS Al-Nahl/16: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara*

---

<sup>156</sup>Tim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h 649

<sup>157</sup>Munzier Suparta, dkk, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), hh 7-8

<sup>158</sup>M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h 357



*yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*<sup>159</sup>

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu.

a. Bi *al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan<sup>160</sup>. Dakwah bi al- hikmah adalah ajakan atau seruan kepada jalan Allah dengan pertimbangan ilmu pengetahuan seperti bijaksana, adil, sabar dan penuh ketabahan, argumentatif, selalu memperhatikan keadaan mad'u. Hal ini menunjukkan bahwa metode bi al- hikmah mengisyaratkan bahwa seorang da'i harus memiliki wawasan luas termasuk di dalamnya tidak hanya paham tentang ilmu-ilmu agama tetapi juga tahu tentang ilmu - ilmu umum lainnya seperti psikologi, sosiologi dan sebagainya. Oleh karena itu al-hikma merupakan suatu term tentang karakteristik metode dakwah. Ayat tersebut mengisyaratkan pentingnya hikmah untuk menjadi sifat dari metode dakwah dan betapa pentingnya dakwah mengikuti langkah- langkah yang mengandung hikmah. Ayat itu juga mengandung makna bahwa mengajak manusia kepada hakikat yang murni dan apa adanya tidak mungkin dilakukan tanpa memperhatikan situasi dan kondisi atau tanpa mempertimbangkan iklim dan medan kerja<sup>161</sup>.

b. *Al-Mau'iza al-hasanah* atau nasehat yang baik, maksudnya adalah memberikan nasehat yang baik kepada orang lain dengan cara yang baik. Yaitu petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik. Menurut Ali Musthafa Yakub,

---

<sup>159</sup>Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 421.

<sup>160</sup>M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h. 34.

<sup>161</sup>Nurhidayat Muh. Said, *Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah An Nahl Ayat 125)*, (Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 16, No 1. Juni 2015: 78- 89)



ucapan yang berisi nasehat-nasehat baik dan bermanfaat bagi orang lain yang mendengarkannya, atau argumen-argumen yang memuaskan sehingga pihak pendengar dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh subjek dakwah<sup>162</sup>.

Dikutip oleh Husain Fadhullah bahwa *al-mau'izah al-hasanah* mengandung pengertian pelajaran dan nasehat yang baik, gaya bahasa, teladan dan pencegahan dengan cara yang lembut. Peringatan dengan gaya bahasa yang mengesankan atau menyentuh hati dengan mengajukan dalil -dalil yang memuaskan melalui ucapan yang lembut dengan penuh kasih sayang. Ucapan dengan kelembutan hati yang menyentuh jiwa dan memperbaiki amal. Nasehat, bimbingan dan arahan untuk kemaslahatan dilakukan dengan baik dan penuh tanggung jawab, akrab, komunikatif dan terkesan di hati masyarakat.

Ucapan yang penuh kelem butan, tidak mengejek, melecehkan, menyudutkan atau menyalahkan sehingga membuat seseorang merasa dihargai rasa kemanusiaannya. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa metode al - mau'izah al- hasanah mengandung makna jauh dari sikap kekerasan, permusuhan, egoisme dan tindakan-tindakan emosional. Metode ini juga menunjukkan bahwa obyek dakwah yang dihadapi tergolong kepada kebanyakan orang awam yang tingkat pemahaman dan pengamalan agamanya masih rendah. Konsekwensinya dibutuhkan da'i yang memiliki sifat membimbing, penyayang, perhatian dan bersahabat.<sup>163</sup>

*c. Wajadilhum Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah<sup>164</sup>. Da'i, harus mampu menjaga emosi agar lawan dialog merasa dirinya dihormati meskipun argumentasinya

---

<sup>162</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1986), h. 100.

<sup>163</sup>Nurhidayat Muh. Said, *Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah An Nahl Ayat 125)*, h.82

<sup>164</sup>M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h. 34



itu keliru. Bagi setiap da'i harus menyadari bahwa tujuan dialog bukanlah memenangkan perdebatan, melainkan memberikan kepuasan kepada lawan dialog dan mencapai kebenaran. Dengan sikap yang santun dan menghargai maka akan membawa kesadaran pada lawan bicara untuk merenungkan isi dari yang didialogkan tadi.

Di era kemajuan ilmu pengetahuan teknologi, pola pikir masyarakat semakin kritis, terutama dari kalangan terpelajar. Umumnya mereka tidak tertarik lagi dengan ceramah yang sifatnya monolog, tidak rasional dan bersifat indoktrinasi. Kenyataan ini menuntut setiap da'i untuk membekali diri dengan ilmu pengetahuan kontemporer. Terkadang mereka mengkritik atau menentang penjelasan yang dalam pandangan mereka tidak masuk akal atau tidak sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Realitas seperti itu menjadikan metode dakwah al-mujâdalah merupakan alternatif untuk pengembangan dakwah saat ini<sup>165</sup>

## **b. Praktek publik speaking Nabi Muhammad saw.**

### **1. Berbicara dengan jelas dan mudah dipahami**

*“Rasulullah saw. berbicara dengan kata-kata yang jelas dan tegas. Orang yang duduk bersamanya akan dapat menghafal (kata-katanya). Diriwayatkan oleh Humaid bin Mas'adah al-Bashriyyi, dari Humaid al-Aswad, dari usamah, yang bersumber dari Aisyah r.a.”*<sup>166</sup>

*“Rasulullah saw. juga suka mengulang-ulang perkataan yang diucapkannya sebanyak tiga kali, agar dapat dipahami”, Diriwayatkan oleh Muhammad bin yahya, dari abu Qutaibah, dari Abdullah bin al Mutsani, dari Tsumamah, yang bersumber dari Anas bin malik r.a.*

---

<sup>165</sup> Nurhidayat Muh. Said, *Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah An Nahl Ayat 125)*, h.85

<sup>166</sup> <https://kalam.sindonews.com/cara-rasulullah-berbicara>. Diakses pada tanggal 29 juli 2020



Dikutip oleh Ibnu Qayyim r.a. berkata, “seringkali beliau sengaja mengulang perkataannya dengan tujuan agar bisa dipahami, apabila memberi salam, beliau mengucapkan sebanyak tiga kali.<sup>167</sup>

## 2. Menyisipkan sedikit unsur humor

Humor atau bercanda adalah bumbu dalam publik speaking. Selain untuk menghibur, mencairkan suasana, menghilangkan ketegangan, dan meredakan amarah. Tak jarang di dalam kelakar muncul benih persahabatan dan persaudaraan. Salah satu contoh humor Rasulullah saw. yang terkenal adalah suatu ketika Rasulullah saw. didatangi seseorang nenek tua, kemudian nenek tua itu tersebut berkata “Doakan aku kepada Allah swt. agar memasukkan aku ke dalam surga” lalu Rasulullah saw. pun berkata kepada nenek tua itu “Wahai ummu fulan! Sesungguhnya surga itu tidak untuk dimasuki oleh orang yang sudah tua”. Mendengar perkataan tersebut si nenek tua pun bersedih menangis, karena ia pikir seorang nenek tua sepertinya tidak bisa masuk ke dalam surga Allah. Akan tetapi Rasulullah saw. kemudian memberikan pemahaman ke nenek tua tersebut bahwa ketika dia masuk surga, tidak akan masuk surga sebagai orang yang sudah tua, tetapi semua berubah menjadi muda lagi dan berparas cantik.<sup>168</sup>

## 3. Berpenampilan menarik

Islam sangat menyukai keindahan, maka dalam praktek publik speaking nilai-nilai keindahan itu mesti harus menjadi penampilan saat tampil dihadapan khalyak. Sabda Rasulullah saw. “sesungguhnya Allah itu maha indah dan senang dengan keindahan. Bila seorang hamba diantara kamu (bermkasud) menemui kawan-kawannya hendaklah dia merapikan dirinya. (HR. Muslim). Hadist yang lain menjelaskan bahwa “datanglah seseorang untuk menemui Rasulullah saw. dengan rambut ack-acakan dan jenggot yang semrawut tak teratur. Lantas Rasul pun memberi isyarat kepada orang tersebut

---

<sup>167</sup><https://republika.co.id>, diakses pada tanggal 30 juli 2020

<sup>168</sup>[https://republika.co.id//humor-nabi -muhammad](https://republika.co.id//humor-nabi-muhammad), diakses pada tanggal 30 juli 2020



seolah-olah menyuruhnya untuk merapikan rambutnya. Lelaki tersebut lalu berpaling untuk merapikan rambutnya, lantas sesaat kemudian datang lagi menemui Rasulullah saw. Maka Rasulullah saw. berkata kepada seorang tersebut: “bukankah berpenampilan menarik seperti ini lebih baik daripada salah seorang di antaramu menghadap dengan rambut acak-acakan seperti setan ?” (HR, Malik).

#### 4. Selalu bersemangat

Dari jabir bin Abdullah meriwayatkan: “ Bahwasanya Rasulullah saw. jika sedang berkhotbah, kedua mata beliau memerah, suaranya meninggi, dan marahnya memuncak, sehingga seakan-akan beliau adalah panglima perang yang sedang memberi peringatan kepada bala tentaranya: (HR. Muslim).<sup>169</sup> Imam Nawawi Rahimahullah berkata:”hadist ini dapat dijadikan dasar petunjuk bahwa seorang khatib dianjurkan membaguskan arti penting khutbah, mengeraskan suara, dan menegaskan perkataa, serta berintonasi yang sesuai dengan karakter tema, baik yang bersifat janji maupun ancaman. Dan mungkin seruan semangat beliau muncul saat memperingatkan perkara yang besar atau urusan yang penting.<sup>170</sup>

#### 5. Ringkas namun penuh makna

Rasulullah saw. termasuk orang yang banyak diamnya, tidak berbicara tanpa ada manfaatnya. Memulai dan menutup pembicaraan dengan ungkapan yang fasih. Beliau berbicara dengan ungkapan yang singkat tetapi luas maknanya.<sup>171</sup>

“Nabi Muhammad saw. tidak memanjatkan nasihatnya pada hari jumat. Beliau hanya memberikan amanah-amanah yang cukup singkat dan ringkas” (HR. Abu Dawud).

#### 6. Ceria dan menatap wajah audiens

Rasulullah menghadap atau menatap kepada wajah satu persatu wajah sahabatnya. Bahkan ketika bercanda dihadapan para sahabatnya juga masih menatap, dan sangat

---

<sup>169</sup><http://smpi.alhasanah/pengetahuan/publik-speaking-ala-rasulullah>, diakses pada tanggal 30 juli 2020

<sup>170</sup>[https:// almanhaj.or.id//petunjuk-rasulullah-saw-dalam-berkhutbah-jumat.html](https://almanhaj.or.id//petunjuk-rasulullah-saw-dalam-berkhutbah-jumat.html)

<sup>171</sup><https://republika.co.id>, diakses pada tanggal 30 juli 2020



menghargai orang lain atau lawan bicara. Ketika sahabatnya berbicara beliau tidak memotong sama sekali. Ketika sahabatnya berbicara beliau tidak memotong sama sekali. Ditunggu kata-kata yang keluar sudah berhenti, dan Rasulullah menghadapkan telinga dan wajah dengan sempurna. Sehingga lawan bicara merasa sangat dihormati oleh Rasulullah.<sup>172</sup>

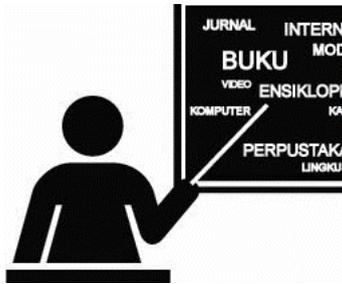
*“Jangan pernah meremehkan sedikitpun (sehingga enggan melakukan) perbuatan ma’ruf, meskipun hanya menjumpai kawan wajah yang ceria” (HR muslim). Abu Hurairah r.a berkata, “Sesungguhnya Rasulullah saw. tidak pernah berbicara dengan seseorang melainkan beliau menghadapkan wajahnya pada lawan bicaranya dan tidak akan berpaling sebelum ia selesai bicara” (HR Ath-Thabrani).*<sup>173</sup>

---

<sup>172</sup><https://suaramuslim.net/menghargai-orang-lain-dengan-menatap-wajah>

<sup>173</sup><http://smpi.alhasanah/pengetahuan/publik-speaking-ala-rasulullah>, diakses pada tanggal 30 juli 2020





## BAB X

### FORMAT PUBLIC SPEAKING

*Good design is making something intelligible and memorable.  
Great design is making something memorable and meaningful. ~  
Dieter Rams*

#### a. Menentukan Ide Utama

Membuat *outline* naskah untuk *Public Speaking* sangat penting untuk mendukung kesuksesan pada saat presentasi. Dalam membuat *outline*, sebaiknya menyusun naskah secara berurutan. Penyusunan naskah dengan baik akan memberikan dampak yang luar biasa kepada pendengar.

Dalam menyusun naskah *Public Speaking* sangat erat kaitannya dengan proses berpikir kritis karena dalam proses penyusunan tersebut Anda akan menggunakan metode yang lebih spesifik dan jelas yang nantinya akan membantu Anda tampil lebih percaya diri. Hal ini dikarenakan Anda telah menguasai pesan yang akan disampaikan ke audiens karena Anda telah menyusun naskah pidato, berlatih untuk



mengembangkan hubungan antar ide yang akan disampaikan.

*When you work to organize your speeches, you gain practice in the general skill of establishing clear relationships among your ideas. This skill will serve you well throughout your college days and in almost any career you may choose.*<sup>174</sup>

Penulis meyakini ketika naskah *Public Speaking* disusun secara struktur tidak hanya akan memudahkan pembicara dan audiens karena isinya akan lebih persuasif dan lebih kuat dalam memengaruhi audiens. Selain itu, dengan penyusunan naskah *Public Speaking* yang baik, Anda dapat memastikan bahwa pendengar dapat mengikuti, mengingat, dan memahami presentasi yang Anda sampaikan.

*You must organize your ideas in logical patterns to ensure that your audience can follow, understand, and remember what you say*<sup>175</sup>.

Dalam Bab ini, Anda akan belajar bagaimana cara mengatur naskah dengan cara menentukan topik utama serta memilih ide pendukung seperti penjelasan dengan mengidentifikasi langkah – langkahnya.

Dalam Bab sebelumnya yaitu Mempersiapkan Publik Speaking, telah dibahas mengenai “pemilihan topik” sehingga penulis akan melanjutkan pembahasan untuk menggali lebih dalam lagi cara memilih topik utama atau ide utama, dan topik pendukung serta bagaimana menyusunnya dengan baik.

---

<sup>174</sup>Lucas, S. E. *The art of public speaking*, 7th ed. (New York: McGraw-Hill. 2001), h. 165-166.

<sup>175</sup>Steven. A. Beebe dan Susan, J Beebe, *A Concise Public Speaking Handbook*, 4<sup>th</sup> Edition (Pearson Education, Inc. United States of America. 2015), h. 106.



Ada beberapa cara untuk menyusun topik utama<sup>176</sup>, di antaranya adalah:

### 1. Mengatur ide utama berdasarkan topik

Jika dalam penyusunan ide nantinya ada beberapa cabang topik yang muncul, Anda tidak perlu khawatir karena Anda dapat mengatur ide utama Anda berdasarkan topik. Tidak masalah cabang topik yang mana yang ingin didiskusikan, bisa dipilih berdasarkan selera. Untuk memudahkan dalam pemilihan tersebut, berikut panduannya:

- a. *Recency*, Menurut prinsip ini, audiens cenderung mengingat dengan baik apa yang mereka dengar terakhir kali atau dengan kata lain bahwa informasi yang disampaikan terakhir kali dapat diingat oleh audiens lebih baik daripada sebelumnya. Jadi, pada saat menyusun ide utama, Anda bisa menaruh yang pesan yang paling penting audiens Anda pahami dibagian akhir atau senantiasa menekankan pesan tersebut pada kesimpulan terakhir.
- b. *Primacy*, Jika Anda meyakini bahwa ide utama yang Anda pilih akan memengaruhi atau kontroversial ke audiens, menurut prinsip ini, sebaiknya Anda menyampaikan ide tersebut pada saat pertama kali Anda memberikan presentasi.
- c. *Complexity*, Menurut prinsip ini, jika ide utama Anda mulai dari yang sederhana ke yang lebih kompleks.

### 2. Mengatur ide utama secara kronologis

Mengatur ide secara kronologis, artinya ketika ide yang akan disampaikan berupa runtutan peristiwa atau kejadian. Misalnya Anda ingin menginformasikan mengenai “sejarah dibangunnya Candi Borobudur” atau “proses penemuan

---

<sup>176</sup>*Ibid.*, h. 97.



vaksin". Dalam hal ini, Anda bebas untuk memilih apakah Anda akan fokus menggunakan prinsip *recency* atau *primary*, dimana Anda bisa memilih menyusun ide utama di akhir atau menekankannya di awal presentasi Anda. Namun, perlu diingat ketika menyampaikannya perlu memperhatikan urutan waktu dari awal sampai akhir.

### **3. Mengatur ide utama secara spasial**

Pembicara yang mengatur ide utamanya secara spasial adalah mereka yang menyusun berdasarkan lokasi fisik mereka. Naskah yang berkisah mengenai ekspedisi akan disusun secara spasial untuk mendeskripsikan berbagai lokasi *camp* tim.

*"It does not usually matter whether the speaker chooses to progress up or down, east or west, forward or back, as long as ideas are developed in a logical order".*

Ketika pembicara memilih dengan cara ini, yang terpenting adalah ide naskah dikembangkan dengan urutan logis.

### **4. Mengatur Ide Utama dengan menunjukkan Sebab dan Akibat**

Ketika menuliskan naskah yang menunjukkan sebab dan akibat, pertama Anda sebaiknya mengidentifikasi situasi kemudian diskusikan akibat yang ditimbulkan oleh situasi tersebut dengan kata lain Anda memulai dari sebab ke akibat. Anda bisa juga menunjukkan situasinya dan kemudian mencari penyebab dari situasi tersebut. Misalnya pada saat presentasi Anda menceritakan sesuatu yang baru saja terjadi dan membicarakan faktor apa saja yang menyebabkan hal itu terjadi.

### **5. Mengatur ide utama dengan pola pemecahan masalah**

Jika Anda ingin menekankan cara terbaik untuk pemecahan masalah, kemungkinan cara terbaik yang Anda



bisa lakukan adalah dengan menggunakan pola pemecahan masalah. Seperti pola sebab dan akibat yang telah diterangkan di atas, maka cara mengaplikasikan sebagai berikut;

- a. Jika audiens Anda telah mengetahui masalah namun belum mengetahui cara mengatasinya, Anda kemungkinan bisa mendiskusikan mengenai masalahnya pertama kali dan kemudian dilanjutkan dengan solusi.
- b. Jika audiens Anda telah mengetahui mengenai sebuah program yang telah dilakukan namun tidak mengetahui alasan pelaksanaan tersebut, maka Anda bisa memilih pola pemecahan masalah.

#### **6. Mengatur ide utama dengan menggabungkan beberapa pola**

Anda bisa menggabungkan beberapa pola seperti yang telah dijelaskan di atas. Misalnya Anda menggunakan pola sebab – akibat secara keseluruhan dalam menceritakan mengenai *covid-19* dan akibatnya. Namun Anda bisa mengurutkan akibatnya secara berurutan, pertama dampak ke ekonomi, pariwisata, pendidikan dan yang lainnya atau Anda lebih memilih pola spasial, yakni fokus pada akibat dalam berbagai hal wilayah geografis.

#### **7. Mempertimbangkan perbedaan budaya dalam menentukan ide Utama**

Dalam pemilihan pola, baiknya untuk mempertimbangkan faktor perbedaan budaya karena latar belakang audiens dan tempat dilaksanakannya presentasi akan memengaruhi cara penyampaian atau penulisan naskah.



*"Each culture teaches its members patterns of thought and organization that are considered appropriate for various occasions and audiences"<sup>177</sup>.*

Secara umum, penutur di Amerika Serikat cenderung *to the point* atau langsung dibandingkan dengan pembicara dari budaya lain. Sedangkan penutur di beberapa budaya Asia kemungkinan tidak pernah terang – terangan nyatakan ide utama mereka. Biasanya para pembicara di benua Asia mengharapkan audiens yang akan menentukan ide utama dengan menganalisis tema dan pesan presentasi yang disampaikan.

Berbeda dengan Pembicara dari Roma dan Rusia yang mungkin lebih cenderung memulai dari prinsip dasar dan kemudian beralih dengan menceritakan fakta – fakta dan ilustrasi yang dihubungkan ke ide utama. Memahami adanya perbedaan budaya ketika mendengarkan sebuah presentasi akan membantu Anda untuk menghargai dan mengerti pengaturan pola dari pembicara yang memiliki budaya berbeda dengan budaya Anda.

*Recognizing the existence of cultural differences when you are listening to a speech can help you appreciate and understand the organizational pattern of a speaker from a culture other than your own<sup>178</sup>.*

## **b. Menentukan Ide Pendukung**

Ide pendukung adalah materi – materi yang mendukung ide – ide dari pembicara. Untuk menentukan ide pendukung dalam menyusun naskah presentasi, ada beberapa strategi yang Anda bisa menjadi panduan Anda diantaranya

### *1. Primary atau Recency,*

---

<sup>177</sup> *Ibid*, h. 100

<sup>178</sup> *Ibid*, h. 101.



Strategi ini tidak hanya dapat digunakan untuk menentukan ide utama di awal maupun diakhir presentasi Anda, akan tetapi bisa digunakan untuk menentukan ide pendukung. Misalnya Anda memiliki beberapa statistik yang ingin diperlihatkan kepada audiens sebagai pendukung ide utama, maka Anda mungkin akan menyusun statistik secara *recency* dimana akan menaruh statistik yang lebih memikat atau menarik perhatian audiens di akhir presentasi.

## 2. *Spesifik*,

Kadang – kadang ide pendukung yang akan Anda sampaikan mulai dari contoh – contoh yang spesifik ke lebih umum. Anda bisa mencoba salah satunya dengan cara menyampaikan informasi yang lebih spesifik pertama kali dan menutupnya dengan pernyataan yang lebih umum atau sebaliknya.

## 3. *Complexity*,

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bagaimana menentukan ide utama, maka Anda bisa mengaplikasikan hal yang serupa untuk mendukung materi – materi presentasi Anda. Dalam banyak situasi Anda akan memulai memperkenalkan ide pendukung yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh audiens beruntuk ke ide pendukung yang lebih kompleks. Misalnya Anda akan memperkenalkan istilah yang mereka belum pernah dengar sebelum memperkenalkan statistik yang berhubungan dengan istilah tersebut.

## 4. *Bukti “lemah” ke “kuat”*

Ide pendukung dapat pula disusun dari menunjukkan bukti “lemah” ke “kuat”. Bukti kuat berupa ilustrasi, deskripsi, penjelasan, definisi, analogi atau opini. Sedangkan dikatakan bukti “kuat” apabila melampirkan contoh – contoh factual dan statistik.

Dalam menampilkan ide pendukung dengan strategi seperti ini, Anda bisa menyajikannya dengan cara menceritakan tentang pengalaman Anda. Misalnya Anda ingin bercerita mengenai cara mengantisipasi penyebaran



*covid 19*, Anda bisa memulai dengan memakai masker terlebih dahuludan menunjukkan dalam statistik ketika setiap orang menjaga diri melalui mengikuti protocol keselamatan melalui statistik. Dari penjelasan yang Anda sampaikan, audiens Anda akan lebih memahami cara yang ampuh yang dapat mereka lakukan untuk memutus rantai penyebaran *Covid 19*.

Dari penjelasan beberapa strategi yang dapat digunakan oleh *Public Speaker* dalam menentukan ide pendukung, berikut kesimpulannya:

Tabel 1

Primacy	Materi yang paling penting disampaikan di awal presentasi
Recency	Materi yang paling penting disampaikan di akhir presentasi
<i>Spesifik</i>	Materi yang lebih spesifik ditampilkan lebih awal selanjutnya materi yang lebih umum atau sebaliknya
<i>Complexity</i>	Materi yang lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh audiens ditampilkan lebih awal dan dilanjutkan materi yang lebih kompleks
Bukti lemah ke bukti kuat	Materi yang diawali dengan berupa pengalaman atau pendapat dan dilanjutkan ke contoh – contoh factual atau statistik

### c. Menentukan Penghubung yang tepat

Antar ide utama dan ide pendukung sebaiknya berhubungan secara baik, terjalin erat, dan kompak. Kepaduan dan kesearasian dapat terwujud bila terdapat kohesi atau penghubung antar keduanya. Untuk



menghubungkan antara ide utama dan ide pendukung, memerlukan kepiawain dalam memilih frase yang tepat sebagai penghubung sehingga pesan yang disampaikan lebih kuat dan mampu memengaruhi audiens.

*“Without connectives, a speech is disjointed and uncoordinated—much as a person would be without ligaments and tendons to join the bones and hold the organs in place”<sup>179</sup>*

Ada empat tipe penghubung yang digunakan dalam *Public Speaking* yaitu

#### 1. Signposting,

Signposting biasanya berupa pernyataan yang singkat yang mengindikasikan fokus presentasi dari si pembicara. Misalnya dengan menyatakan langkah pertama, kedua, ketiga, dan selanjutnya. Salah satu cara untuk menggunakan *signposting* adalah dengan menyebutkan poin utama dan dapat pula dengan pertanyaan. *Signposting* dapat membantu audiens Anda untuk mengikuti maksud yang akan kita sampaikan.

#### 2. Transisi

Transisi adalah kata atau frasa yang mengindikasikan ketika pembicara telah melengkapi pertanyaan yang satu dan akan berpindah ke pernyataan yang lainnya. Dengan kata lain, pembicara akan melakukan tranisisi dari ide sebelumnya ke ide yang lain.

#### 3. Preview Internal

Preview internal biasanya adalah kata/frasa yang membiarkan audiens mengetahui apa yang akan dilakukan atau disampaikan oleh pembicara, namun lebih detail daripada tranisisi.

#### 4. Kesimpulan Internal

---

<sup>179</sup>Stephen E. Lucas. *The Art of Public Speaking* (Mc Graw. Hill education, New York. 2015), h. 178.



Kesimpulan internal adalah kebalikan dari preview internal. Apabila di preview internal, Anda mengizinkan audiens Anda mengetahui apa yang akan disampaikan selanjutnya, kesimpulan internal mengingatkan audiens apa yang mereka baru saja dengarkan. Biasanya kesimpulan internal ini akan diaplikasikan ketika baru saja menjelaskan hal - hal yang terlalu kompleks atau ide utama dari presentasi Anda. Keempat tipe penghubung diatas akan membantu naskah *Public Speaking* Anda lebih koheren dan apik sehingga sangat bijak menggunakan keempatnya secara efektif



## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an al-Karim.*

Al Adhanie. FB. 2017. *Retorika Dakwah.* Universitas Pendidikan Indonesia.

Al-Haddad, Abdullah B'lawiy. 1980. *al-Nashihu al-Diniyah*, diterjemahkan oleh Muhammad Abdai Rathomy, dengan judul *Petuah-Petuah Agama Islam.* Semarang: Toha Putra.

Anita, S. 2008. *Strategi Pembelajaran di SD.* Jakarta, Universitas Terbuka

Almond, I. "Is there room for Critical Thinking in Islam: To be Muslim is not to be politically asleep, but rather to be in a permanent state of critique", Aljazeera, diakses dari <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/room-critical-thinking-islam180406080925909.html>, (9 Juli 2020)

Anggreani, C. 2015. *Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis Melalui Metode Eksperimen Berbasis Lingkungan*, Jurnal Pendidikan Usia Dini, Vol. 9, Edisi 2, November.

Aisyah, St. 2017. Public Speaking dan kontribusinya terhadap kompetensi da'i. *Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 37, No 2.* Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Aristotle. 1991. *On Rhetoric, trans. G. A. Kennedy.* New York: Oxford University Press, 1378a

Aziz, Moh. A. 2019. *Ilmu Dakwah*, Jakarta. Prenada Media.

Barnlund, D. C. 2008. *A transactional model of communication. In. C. D. Mortensen (Eds.) Communication theory (2nd Ed)*, pp. 47-57. New Brunswick, New Jersey: Transaction.

Bagus Lorens. 2000. *Kamus Filsafat*, Jakarta: PT Gramedia pustaka.



- Bakry, Hasbullah. 1978. *Sistematika Filsafat*, Wijaya. Jakarta: Wijaya
- Bodie, G. D. 2010. *A racing heart, rattling knees, and ruminative thoughts: Defining, explaining, and treating public speaking anxiety*. *Communication Education*, 59, 70-105.
- Boyce, M. 1979. *Zoroastrians: Their Religious Beliefs and Practices*. London: Routledge.
- Burhanudin, AM. 2016. Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Jurusan KPI IAIN Syekh Nurjati: problematika dakwah. *Orasi: Jurnal dakwah dan komunikasi*. Vol.7, No.2 (2016), IAIN syekh Nurjati Cirebon.
- Burgoon, J. K., Buller, D. B., & Woodall, W. G. 1996. *Nonverbal communication: The unspoken dialogue* (2nd ed.) New York: McGraw-Hill.
- Cambridge Dictionaries Online, s.v. "Zoroastrianism," accessed July 20, 2020, <http://dictionary.cambridge.org>.
- Church, A., & Slizer, R. 2014. *Going behind the corporate curtain with a blueprint for leadership potential*. *People and Strategy*, 36(4).
- Departemen Agama RI, 2010. *Al – Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: MQS Publishing,
- Denstadli, D,M. T. E. Julsrud, and R. J. Hjorthol. 2012. *Videoconferencing as a Mode of Communication: A Comparative Study of the Use of Videoconferencing and Face-to-Face Meetings*," *Journal of Business and Technical Communication* 26, no. 1.
- Desmita. 2010. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Djamarah, Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Keluarga Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.



- Docan – Morgan, T & L. Nelson. 2015. *The Benefits and Necessity of Public Speaking Education*.
- D. Zarefsky. 2005. *Public speaking: Strategies for success* (4th ed.). Boston: Pearson.
- Dwijananti P dan D. Yulianti. 2010. “Pengembangan Kemampuan berpikir kritis mahasiswa melalui pembelajaran problem based instruction pada mata kuliah fisika lingkungan”. *Jurnal Pendidikan fisika indonesia*. Vol 6, No 2 (2010). <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/IPFI/article/view/1122>
- Echols, Jhon & Hasan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia)
- Efendi, E. 2016. “*Tabayyun dalam Jurnalistik. Jurnal Komunikasi Islamika: Jurnal Komunikasi dan Kajian Islam*”.
- Elfiki, I. 2000. *Terapi Komunikasi Efektif*. The Canadian Training Centre of NLP
- Em Griffin. 2012. *Communication a First Look at Communication Theory*, New York: McGraw Hill,
- Festinger, L. 1957. *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson, & Company.
- Flesher, J. Ilardo, and J. Demoretcky, 1974. “*The Influence of Field Dependence, Speaker Credibility Set, and Message Documentation on Evaluations of Speaker and Message Credibility*,” *Southern Communication Speech Journal* 34.
- Frymier, A. B., & Nadler, M. K. 2007. *Persuasion: Integrating theory, research, and practice*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt.
- Hasanudin. 1996. *Hukum Dakwah*, Cet. I; Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Hassoubah. ZI. 2007. *Mengasah Pikiran Kreatif dan Kritis*. Bandung: Nuansa.



- Hilda, Meilisa. 22 Pasien Positif Corona di Jatim Sembuh, Persentase Kesembuhan Capai 21%. detikNews. 2 April 2020 Diakses dari [https://www.google.com/search?q=persentase+kondisi+pasien+positif+covid+19+jawa+timur&safe=strict&prmd=niv&sxsrf=ALeKk02Awntvx\\_LXKUPuI9xbFxiUhhFCHQ:1597033192514&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiXiYmh5I\\_rAhXEZSsKHcN6DFUQ\\_AUoAnoECAoQAg&biw=360&bih=598#imgrc=bDP\\_RUL9N-yr4BM](https://www.google.com/search?q=persentase+kondisi+pasien+positif+covid+19+jawa+timur&safe=strict&prmd=niv&sxsrf=ALeKk02Awntvx_LXKUPuI9xbFxiUhhFCHQ:1597033192514&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiXiYmh5I_rAhXEZSsKHcN6DFUQ_AUoAnoECAoQAg&biw=360&bih=598#imgrc=bDP_RUL9N-yr4BM). diakses pada 8 agustus 2020
- Fikri. A. 2020. *Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia*. Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Humaniora Vol.5. No.3. Maret.
- Finn, A. N., Sawyer, C. R., Schrodt, P. 2009. *Examining the effect of exposure therapy on public speaking state anxiety*. Communication Education, 58(1).
- G. L. Grice, & Skinner, J. F. 2009. *Mastering public speaking: The handbook (7th ed.)* Boston, MA: Pearson.
- Gladden Rockler- N. Job skills that every college student needs: Writing, speaking, professionalism, and other important knowledge. *Suite 101.com*. Retrieved from [http://studyskills.suite101.com/article.cfm/job\\_skills\\_that\\_every\\_college\\_student\\_needs](http://studyskills.suite101.com/article.cfm/job_skills_that_every_college_student_needs). (1 Agustus 2020)
- Jafar, I. 2007. "Konsep Berita dalam Alquran (implikasinya dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial". *Jurnalisa* 3(1)
- Janis, I. 1972. *Victims of Groupthink*. Boston: Houghton Mifflin.
- Jhons A.H. 2011. "Shu'ayb, Orator of the Prophets: Reflections on Qur'anic Narrative". *Journal of Qur'anic Studies* 13.2: 136-148 Edinburgh University Pres.



- Jaffe, C. 2010. *Public speaking: Concepts & skills for a diverse and society (6 Ed.)*. Boston, MA: Wadsworth. Engage Learning.
- Kathleen S. Verderber. 2012. *Inter-Act: Interpersonal Communication Concepts, Skills, and Contexts*. Oxford.
- Kennedy, SB. 2012. *The Hijacking of Foreign Policy Decision Making: Groupthink and Presidential Power in the Post 9/11 World*," Southern California Interdisciplinary Law Journal 21
- Kock. N., 2009. *Information Systems Theorizing Based on Evolutionary Psychology: An Interdisciplinary Review and Theory Integration Framework*, MIS Quarterly 33, no. 2.
- ..... 2005. *Media Richness or Media Naturalness? The Evolution of Our Biological Communication Apparatus and Its Influence on Our Behavior toward E-Communication Tools*," IEEE Transactions on Professional Communication 48, no.: 121.
- Kuswana WS. 2012. *Taksonomi Berpikir*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Lucas, S. E. 2001. *The art of public speaking (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- National Communication Association. NCA credo for ethical communication. Retrieved from [http://www.natcom.org/uploadedFiles/About NCA/Leadership and Governance/Public Policy Platform/PDFPolicyPlatform-NCA Credo for Ethical Communication.pdf](http://www.natcom.org/uploadedFiles/About%20NCA/Leadership%20and%20Governance/Public%20Policy%20Platform/PDFPolicyPlatform-NCA%20Credo%20for%20Ethical%20Communication.pdf). 1999
- Noer M. Penggunaan Skema Warna yang Harmonis Dalam Slide Presentasi. 10 Juni 2015 Diakses dari <https://www.presentasi.net/warna-dalam-presentasi/> tanggal 20 Juli 2020, pukul 14.30
- Nurasima. 2018. *Etika berkomunikasi dalam Islam (kajian surat an nisa ayat 148-149)*. Skripsi. Universitas Islam negeri Ar Raniry.



- Matua, GE, Seshan, V, Akintola, AA & Thanka AN. 2014, *Strategies for providing effective feedback during preceptorship: Perspectives from an Omani hospital*, Journal of Nursing Education and Practice, Vol. 4, No. 10.
- Mc Croskey, J. C. and J. J. Teven. 1999. "Goodwill: A Reexamination of the Construct and Its Measurement," Communication Monographs 66, no. 1.
- ..... 1969. *A Summary of Experimental Research on the Effects of Evidence in Persuasive Communication*," Quarterly Journal of Speech 55: 172.
- ..... 2003. *Principles of public speaking*. Indianapolis, IN: The College Network.
- M.Fraleigh, D and Joseph S.Tuman.2017. *Speak Up! an ilustrated guide to public Speaking fourt edition..* Boston, New York. Bedford/St. Martin's
- Muh. Said, N. 2015. Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah An Nahl Ayat 125, *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 16, No 1. Juni.
- Mukayimah. M. 2015. *Strategi Komunikasi Rasulullah dalam Kitab Shahih Bukhari – Muslim ( Bab Ahklak dan Ibadah)*. Skripsi. UIN Walisongo.
- Muliadi. 2012. *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya*. Makassar: Alauddin University Press.
- Muliati Amin. 2011. *Teori-teori Ilmu Dakwah*. Cet I; Makassar: Alauddin University Press
- Munsiy,AK. 1981. *Metode Diskusi dalam Dakwah*, surabaya: Al-Ikhlash.
- Munir, M. & Wahyu Ilaihi,2012. *Manajemen Dakwah*,. Cet 3, Jakarta: Kencana.
- Muscato, C. *Connections between Reading & Speaking Skills*. Diakses dari <https://study.com/academy/lesson/connections-between-reading-speaking-skills.htm>. Pada tanggal 23 Juli 2020, Pukul 18.00 WITA



- Mustofa. A. 1992. *Tafsir Al-Maraghi juz xxiv*. Semarang: Cv. Toha Putra.
- O'Hair D, Hannah Rubenstein, and Robert Stewart. 2016. *A Pocket Guide to Public Speaking: Fifth Edition*. Boston. New York. A Mamillan Education Imprint.
- Ontario Consultants on Religious Tolerance, "Zoroastrianism," *Religious-Tolerance.org*, March 24, 2005, <http://www.religioustolerance.org/zoroastr.htm>. (10 agustus 2020)
- Parker, K. A.Lenhart, and K. Moore. 2011. *The Digital Revolution and Higher Education: College Presidents, Public Differ on Value of Online Learning* (Washington, DC: Pew Research Center, August 28, 1.)
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T.1986. *The elaboration likelihood model of persuasion. Advances in Experimental Social Psychology*.
- Rahmat, Jalaluddin. 2006. *Etika Komunikasi Perspektif Religi*, cet. 2. Jakarta: Kencana.
- ..... 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- ..... 1993. *Prinsip-Prinsip Komunikasi Menurut al-Quran*, dalam Audentia. Bandung: Pustaka Pelajar.
- ....., 2011. *Retorika Modern pendekatan praktis*, Bandung: Remaja rosdakarya.
- Rizqa, H " *Terungkap, Rasulullah saw. Sosok Orator Ulung*".  
Republika.co.id. 11 Oktober  
2018. (<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/khazanah/18/10/11/pgeu6v320-terungkap-rasulullah-saw-sosok-orator-ulung>, diakses pada tanggal 15 Juli 2020)
- Reychler, Luc. 2006. *Challenges of Peace Research*. International Journal of Peace Studies, Volume 11, number 1, Spring/Sumer.



- Reinard, J. C. 1991. *Foundations of Argument*. Dubuque, IA: William C. Brown.
- Rijal. S. 2011. *Melihat Syariat Islam dari Berbagai Dimentasi*. Banda Aceh: Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan (KDT) Melihat Syari'at Islam dari Berbagai Dimensi Nanggroe Aceh Darussalam.
- Rokeach, M., 1979. *Understanding Human Values*. New York: Free Press.
- Rohman. A. 2007. *Komunikasi dalam al-Quran: Relasi Ilahiyah dan Insaniyah*. Malang: UIN-Malang Press.
- Rowan, K. E. 1995. *A new pedagogy for explanatory public speaking: Why arrangement should not substitute for invention*. *Communication Education*. unknown publisher
- Santrock J,W. 2004. *Live – Span Development: Perkembangan masa hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Sherif, M., & Hovland, C. I. 1961. *Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Shihab. MQ. 2002. *Tafsir al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Quran*, Vol. 2. Jakarta: Lentera Hati.
- ..... 2001. *Membumikan Al-quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, Bandung: Mizan.
- Suparta, Munzier. dkk. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Syukir, Asmuni. 1986. *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al Ikhlas
- Sirait, CB. 2007. *The Power of Public Speaking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sprague et al. 2010. *The speaker's handbook* (9th ed.). Boston, MA: Wadsworth Cengage.
- Stucky, L. *What is the Ideal Rate of Speech*. Diakses dari <https://clearly-speaking.com/what-is-the-ideal-rate->





Zuhaily. W. 1991. *Tafsir Munir*, Beirut: Dar al-Fikr 1991

Enhancing Its Hits, Apple Adds Movie Rentals, Ultralight Laptop. Diakses dari <https://www.nytimes.com/2008/01/16/technology/16apple.html>. (16 Juli 2020)

<https://esqtraining.com/intonasi-dan-artikulasi-yang-tepat-dalam-melakukan-presentasi-perhatikanlah/> “Intonasi dan Artikulasi yang tepat dalam Melakukan Presentasi, Perhatikanlah” (Diakses 20 Juli 2020)

<https://tafsirweb.com/7372-quran-surat-ar-rum-ayat-8.html/> (Diakses 17 Juli 2020)

Tim Detik.com-detikNews.Grafik Corona di RI 3 Juni: Kasus Baru, Sembuh, Meninggal Naik. Detik News. 3 Juni 2020. diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-5039260/grafik-corona-di-ri-3-juni-kasus-baru-sembruh-meninggal-naik> ( 17 Juli 2020)

National communication Association. [http://www.natcom.org/uploadedFiles/About NCA/Leadership and Governance/Public Policy Platform/PDFPolicyPlatformmnNCA Credo for Ethical Communication.pdf](http://www.natcom.org/uploadedFiles/About_NCA/Leadership_and_Governance/Public_Policy_Platform/PDFPolicyPlatformmnNCA_Credo_for_Ethical_Communication.pdf). 199 (2 Agustus 2020)

<https://kalam.sindonews.com/surah/29/al-ankabut>. (Diakses 15 Juli 2020)

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/berita/baca/71/Public-Speaking-Bekal-Untuk-Menjadi-Seorang-Pemimpin.html>, (Diakses 16 Juli 2020)

[https://www.consultpivotal.com/visual\\_aids\\_presentation.htm](https://www.consultpivotal.com/visual_aids_presentation.htm). (Diakses 15 Juli 2020)

<https://www.toastmasters.org/resources/public-speaking-tips/visual-aids-and-props>. (Diakses 15 Juli 2020)

[https://www.ted.com/talks/matt\\_walker\\_sleep\\_is\\_your\\_superpower](https://www.ted.com/talks/matt_walker_sleep_is_your_superpower). (Diakses 16 Juli 2020)



<https://open.lib.umn.edu/publicspeaking/chapter/14-4-practicing-for-successful-speech-delivery/>. (Diakses 20 Juli 2020)

<http://www.technavio.com/report/video-conferencing-market-globalopportunity-trends-forecast-2015-20>

<https://kalam.sindonews.com/cara-rasulullah-berbicara>. (29 Juli 2020)

<https://republika.co.id>, (Diakses 30 juli 2020)

[https://republika.co.id//humor-nabi -muhammad](https://republika.co.id//humor-nabi-muhammad), diakses (1 Agustus 2020)  
<http://smpi.alhasanah/pengetahuan/publik-speaking-ala-rasulullah>, (30 Juli 2020)

<https://almanhaj.or.id//petunjuk-rasulullah-saw-dalam-berkhutbah-jumat.html>

<https://republika.co.id>, (30 Juli 2020)

<https://themuslimoptimist.wordpress.com/2015/12/28/useful-guidelines-on-public-speaking/>. (1 Agustus 2020)

<https://raggiungere.wordpress.com/2007/04/17/public-speaking-from-an-islamic-standpoint-using-the-voice-of-the-muslim-youth-for-allah/>. (1 Agustus 2020)

<https://slideplayer.com/slide/8480404/> (manfaat dari tiap - tiap visual aid). (1 Agustus 2020)

<https://www.slideshare.net/sjbians/creating-effective-visual-aids-70845659> (creating effective visual aid. (1 Agustus 2020)

<https://www.nytimes.com/2008/01/16/technology/16apple.html>. *Enhancing Its Hits, Apple Adds Movie Rentals, Ultralight Laptop*. (15 Juli 2020)



