

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam melakukan kegiatannya baik mengungkapkan isi pikirannya, ide, dan pendapat. Manusia selalu menggunakan bahasa untuk berkomunikasi kepada sesama masyarakat, manusia selalu menggunakan bahasa untuk berinteraksi baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa bahasa memiliki peran yang penting dalam kegiatan bahasa. Tanpa adanya bahasa manusia tidak mampu berinteraksi dan berkomunikasi antara manusia yang satu dengan manusia lainnya. Bahasa erat kaitannya dengan cara berpikir seseorang. Pola pikir seseorang terlihat dari cara ia membahasakan sesuatu hal.

Komunikasi mempunyai peranan yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah medium penting bagi pembentukan atau pengembangan pribadi untuk kontak sosial. Melalui komunikasi seseorang tumbuh dan belajar, menemukan pribadi kita dan orang lain, kita bergaul, bersahabat, bermusuhan, mencintai atau mengasihi orang lain, membenci orang lain dan sebagainya. Oleh sebab itu manusia diharapkan harus memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam berbahasa yang baik dan benar, agar pesan yang disampaikan dapat dipahami pendengar atau orang lain. Hal itulah yang disebut dengan keterampilan berbahasa.

Keterampilan berbahasa merupakan hal penting yang harus dikuasai setiap peserta didik dalam pembelajaran bahasa. Bahasa menurut Tarigan (2013:1), “Bahasa dibagi atas empat komponen yaitu: keterampilan menyimak (*listening*

skills), keterampilan membaca (*reading skills*), keterampilan menulis (*writing skills*). Keterampilan berbicara (*speaking skills*)”.

Keterampilan berbicara adalah kemampuan untuk mengungkapkan bunyi-bunyi atau kata-kata untuk menyatakan atau mengungkapkan pendapat atau ide serta mempengaruhi pendengar tentang apa yang telah disampaikan pembicara, oleh sebab itu keterampilan berbicara sangat perlu dikuasai oleh setiap manusia. Setiap orang yang memiliki kemampuan untuk berbicara pastinya tidak jauh dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik faktor eksternal maupun internal. Kemampuan berbicara sangatlah penting untuk dimiliki setiap orang yang memiliki posisi atau profesi yang penting seperti: pejabat, politikus, pemerintah, pengusaha, guru dan karyawan bahkan seseorang yang memiliki jabatan sebagai kepala pemerintah negara. Seorang kepala pemerintah atau presiden harus memiliki kemampuan berbicara yang baik yang bertujuan untuk memotivasi masyarakatnya. Maka dari itu, seseorang harus berbicara berdasarkan seni berbicara yang dikenal dengan istilah retorika.

Dalam ilmu komunikasi ada sebuah ilmu tentang bicara atau lebih sering dikenal dengan istilah retorika. Retorika didefinisikan sebagai “*The art of constructing of arguments and speechmaking*”. Seni berbicara yang baik dicapai berdasarkan bakat alam dan keterampilan teknis. Retorika merupakan sebuah ilmu seni berbicara yang mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu agar pendengar terpengaruh dan paham. Misalnya memberikan informasi atau memberikan motivasi, maka penyampaian pesan sebagai komunikator berusaha memoles pesan sehingga pendengar paham informasi yang telah disampaikan dan tergugah

memberi motivasi untuk mengikuti informasi tersebut. Keterampilan berbicara umumnya dilatih dengan menggunakan kegiatan berbicara antara lain: dakwa, ceramah, debat, dan pidato.

Pidato adalah teknik berbicara yang menggunakan bahasa secara efektif untuk menyampaikan pendapat yang dilakukan oleh seseorang secara lisan mengenai suatu hal atau masalah dengan menggunakan kalimat yang jelas dan efektif dihadapan orang banyak dengan tujuan mempengaruhi orang. Pidato umumnya disampaikan oleh seorang pemimpin untuk memberikan pernyataan terhadap peristiwa penting yang harus diperbincangkan. Pidato yang baik harus mampu menyajikan pesan, mudah dipahami dan jelas sehingga komunikasi dapat disampaikan dengan baik. Pidato juga biasa dikatakan hasil dari pemikiran seseorang yang dituangkan dengan berbicara kepada khalayak umum dengan sebuah informasi untuk disampaikan kepada khalayak untuk mengetahui maksud dari orator. Pidato bukan hanya sekedar berbicara di mimbar untuk memaparkan, namun pidato juga seringkali digunakan sebagai media oleh para *stake holder* untuk memberikan opini kepada masyarakat agar selaras dengan kepentingan dari para *stake holder* tersebut.

Pidato dan retorika sering kali digunakan sebagai alat komunikasi di bidang politik dan ekonomi, hal ini terjadi karena mempunyai tujuan dan bentuk yang hampir sama yakni untuk mempengaruhi orang yang mendengarkan. Berbicara mengenai politik terlepas dari kebijakan-kebijakan. Kebijakan merupakan rangkaian konsep dan asas rencana dalam pelaksanaan pekerjaan atau rangkaian tindakan yang disetujui oleh sekelompok orang tertentu. Pidato seorang pemimpin politik, khususnya seorang pemimpin negara atau presiden ialah salah satu cara atau

strategi yang digunakan untuk menyampaikan persoalan-persoalan negara atau politik dan ekonomi yang sedang terjadi di negara yang dipimpin.

Presiden Joko Widodo yang lebih dikenal dengan presiden Jokowi merupakan presiden ketujuh yang terpilih melalui pemilu presiden. Dalam bekerja Presiden Jokowi dikenal dengan konsep blusukan yaitu turun secara langsung ke lapangan untuk mengawasi setiap perkembangan yang terjadi di negara Indonesia, baik pembangunan infrastruktur di seluruh kawasan Indonesia. Salah satu pidato Presiden Joko Widodo yang sangat menarik perhatian masyarakat adalah pidato tentang Pembukaan Kegiatan CBNC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia. Di mana isi dalam pidato yang disampaikan oleh bapak Presiden Joko Widodo mengenai pemulihan ekonomi Indonesia di masa pandemic Corona.

Dalam kenyataannya, seorang pemimpin dalam menyampaikan pidato harus mempertimbangkan cara, teknik, dan strategi yang digunakan dalam berpidato. Aristoteles menyebutkan ada tiga cara yang dapat dilakukan oleh orator dalam menyampaikan pidato. Yang pertama Ethos, ethos merupakan seorang pembicara harus mampu menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat. Kedua Phatos, phatos adalah pembicara harus dapat menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang pendengar. Dan ketiga Logos, logos adalah pembicara harus dapat meyakinkan khalayak dengan mengajukan atau memperlihatkan bukti. Aristoteles (dalam Rahmat 2012:4-5), menyebutkan ada enam teknik yang digunakan dalam menyampikan pidato antara lain: *Name calling, glittering generalities, card stacking, plain folks, band wangon*, dan, *testimonial*. Lima tahap dalam penyusunan pidato antara lain: *invention*

(penemuan), *disposition* (penyusunan), *elocution* (gaya), *memoria* (memori), *pronontitio* (penyampaian).

Melalui pidato yang disampaikan oleh bapak Presiden Joko Widodo tentang pembukaan kegiatan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia juga menuai pujian banyak orang. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Retorika Pada Video Pidato Presiden Joko Widodo Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Adanya penggunaan Ethos, Phatos, dan Logos pada pidato yang disampaikan oleh bapak presiden Joko Widodo pada video pidato “Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia”.
- b. Kurangnya teknik penyampaian pidato
- c. Kurangnya strategi penyusunan bahan pidato yang akan disampaikan

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, masalah yang dibahas dalam penelitian ini sangat bervariasi, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini akan dibatasi agar penelitian ini lebih terfokus dan mendalam. Penelitian ini akan dibatasi pada analisis cara dalam mempengaruhi berdasarkan tiga bukti, teknik dalam berpidato dan strategi penyusunan bahan yang akan disampaikan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana cara yang digunakan Presiden Joko Widodo dalam mempengaruhi pendengar berdasarkan tiga hukum menurut Arsitoteles pada video pidato “Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia”.
- b. Bagaimana teknik yang digunakan oleh bapak Presiden Joko Widodo pada video pidato “Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia”?
- c. Bagaimana strategi penyusunan pidato yang digunakan Presiden Joko Widodo dalam pidato tentang “Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia”?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui cara yang digunakan Presiden Joko Widodo dalam mempengaruhi pendengar berdasarkan tiga hukum menurut Arsitoteles pada video pidato “Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia”.
- b. Untuk mengetahui teknik yang disampaikan oleh bapak Presiden Joko Widodo pada video pidato Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia.

- c. Untuk mengetahui strategi penyusunan pidato yang digunakan Presiden Joko Widodo dalam pidato tentang pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi dunia ilmu pendidikan, terutama tentang retorika dalam berpidato.
- b. Melalui penelitian yang dilakukan ini dapat meningkatkan kualitas pembelajaran khususnya pembelajaran Bahasa Indonesia di bidang kompetensi berbicara.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk mahasiswa yang mengambil jurusan bahasa dapat mendalami serta memahami lebih baik mengenai retorika dan kemampuan berbicara. Seperti yang diketahui bahwa berbicara merupakan titik dalam sebuah retorika.
- b. Menambah wawasan pengetahuan mengenai keakuratan dalam analisis retorika.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan memberikan data yang akurat kepada peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Pengertian Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI edisi V offline), pengertian analisis adalah “Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan lain sebagainya) untuk mengetahui keadaan sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya)”.

Menurut Suryadi (2010:9), “Analisis adalah menguraikan suatu objek, menjadi bagian-bagian lalu dicermati”. Sedangkan menurut Wiradi (dalam Sason, 2006:40), “Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan menguraikan, membedakan, memilih sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya”.

Berdasarkan pendapat kedua ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan menguraikan dan membedakan suatu objek yang digolongkan atau dikelompokkan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu untuk dicermati dan memperoleh pengetahuan serta pemahaman yang tepat.

2.2 Retorika

2.2.1 Pengertian Retorika

Retorika merupakan sebuah ilmu seni berbicara yang berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu agar pendengar terpengaruh dan paham. Misalnya memberikan informasi atau memberikan motivasi, maka penyampaian pesan sebagai

komunikator berusaha memoles pesan hingga pendengar paham informasi yang disampaikan dan tergugah memotivasinya untuk mengikuti informasi tersebut. Retorika dapat diartikan secara “etimologi” dan “terminologi”. Adapun hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: secara etimologi (berdasarkan asal kata), retorika berasal dari: Bahasa Latin (Yunani Kuno) “*Rhetorica*” yang artinya seni berbicara. Bahasa Inggris “*Rhetoric*” yang berarti kemampuan seseorang untuk berbicara di depan banyak orang. Yang artinya retorika adalah kemampuan seseorang untuk mengungkapkan kata-kata atau informasi kepada orang lain sehingga orang yang mendengarkan merasa penasaran dengan apa yang disampaikan. (Dalimunte, Syairul dan Surip, 2017:1).

Retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Jadi ada dua aspek yang perlu diketahui seseorang dalam retorika, yaitu pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik, dan kedua pengetahuan mengenai obyek tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa. Oleh karena itu, retorika harus dipelajari untuk menambah wawasan atau untuk memberikan pengalaman dalam menggunakan bahasa di depan banyak orang agar apa yang disampaikan bisa disampaikan dengan baik dan jelas. (Keraf Goris, 2006: 1).

Retorika berarti kesenian untuk berbicara baik (*Kunst, gut zu redder* atau *Ars bene dicendi*), yang dicapai berdasarkan bakat alam (talenta) dan keterampilan teknis (*ars, techne*). (Hedrikus, 2015:14).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa retorika merupakan suatu ilmu atau kemampuan berbicara seseorang yang berdasarkan pengetahuan yang luas atau melalui pengalaman, yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dalam mencapai suatu tujuan tertentu agar orang yang mendengar terpengaruh dan paham tentang apa yang disampaikan.

2.2.2 Tujuan, Fungsi, dan Manfaat Retorika

Menurut Tasmara dalam Mozefani, Fadel dkk (2020:52), bahwa ada lima tujuan retorika sebagai berikut:

1. *To Inform*, dengan memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, untuk memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.
2. *To Canvise*, yaitu meyakinkan dan menginsafkan.
3. *To Inspire*, memberikan inspirasi dengan teknik dan sistem menyampaikan yang baik dan bijaksana.
4. *To Intertain*, yaitu menghibur, menggembirakan, menyenangkan, dan memuaskan.
5. *To Ectuate (to put into action)*, mengarahkan dan menggerakkan massa untuk berindak menetralsisir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator (yang berpidato) dihadapan massa”.

Raudhonah (dalam Mozefani, Fadel dkk 2020:53) mengungkapkan bahwa retorika mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. “Sebagai *Mass Information*, memberikan dan menerima informasi kepada publik.

2. Sebagai *Mass Education*, memberikan edukasi atau pendidikan biasa dilakukan oleh seorang guru kepada murid atau trainer dalam mentransfer ilmu.
3. Sebagai *Mass Persuasion*, untuk mempengaruhi, contohnya dalam dunia bisnis dan seni bernegosiasi.
4. Sebagai *Mass Interainment*, untuk menghibur, contoh *stend up comedy*".

Pada umumnya, setiap kegiatan yang dilakukan pastinya memiliki manfaat tertentu, demikian juga halnya retorika, retorika sejak dulu sudah dianggap sebagai ilmu yang bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum.

Aristoteles (dalam Martha, 2020: 65-66) menyatakan bahwa ada beberapa manfaat retorika sebagai berikut:

1. "Retorika menuntun petutur dalam memilih argumen.
2. Retorika mengajarkan petutur dalam memilih argumen
3. Retorika mengajarkan petutur dalam mempersuasi/ mengajak.
4. Retorika membimbing bertutur secara rasional".

2.2.3 Prinsip Dasar Retorika

Retorika adalah suatu bentuk komunikasi yang disampaikan secara efektif dan efisien yang ditekankan oleh kemampuan berbahasa secara lisan. Komunikasi akan tetap bertitik tolak dari beberapa macam prinsip. Di bawah ini ada beberapa prinsip-prinsip dasar retorika (Keraf, 2010:18-19).

1. "Penguasaan secara aktif sejumlah kosa kata bahasa yang dikuasainya. Semakin besar jumlah kosa kata yang dikuasai secara aktif, semakin mampu memilih kata-kata yang tepat dan sesuai untuk menyampaikan pikiran.

2. Penguasaan secara aktif kaidah-kaidah ketatabahasaan yang memungkinkan penulis mempengaruhi bermacam-macam bentuk kata dengan nuansa dan konotasi berbeda-beda. Kaidah-kaidah ketatabahasaan ini meliputi bidang fonologi, morfologi, dan sintaksis.
3. Mengetahui dan menguasai bermacam-macam gaya bahasa dan mampu menciptakan gaya yang hidup dan baru untuk lebih menarik perhatian pembaca dan lebih memudahkan penyampaian pikiran penulis.
4. Memiliki kemampuan penalaran yang baik, sehingga pikiran penulis dapat disajikan dalam suatu urutan yang teratur dan logis.
5. Mengetahui ketentuan-ketentuan teknis penyusunan komposisi tertulis, mudah dibaca dan dipahami, di samping bentuknya dapat menarik pembaca. Ketentuan teknis di sini dimaksud dengan masalah pengertian atau percetakan dan penyusunan bibliografi, cara mengutip, dan sebagainya”.

2.2.4 Pembagian Retorika

Menurut Hendrikus (2015:16), “Retorika merupakan bagian dari ilmu bahasa (Linguistik), khususnya ilmu bina bicara (*sprecherziehung*)”. Retorika sebagai bagian ilmu bina bicara ini mencakup:

1. Monologika

Monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, di mana hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah, dan deklamasi.

2. Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, di mana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan

3. Pembinaan Teknik Bicara

Efektivitas monologika dan dialogika tergantung juga pada teknik berbicara. Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu, pembinaan teknik berbicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam bagian ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca, dan teknik bercerita.

2.2.5. Tiga Hukum Menurut Aristoteles

Menurut Aristoteles (dalam Naryaso, 2009:2) “Retorika biasanya disebut juga dengan seni berbicara atau kepandaian berpidato, di mana memiliki tujuan untuk menyampaikan pikiran dan gagasan kepada orang lain untuk mempengaruhi agar pendengar memahami dan mengerti apa yang disampaikan”. Aristoteles (dalam Naryoso, 2009:2-8), menyebutkan ada tiga cara dalam mempengaruhi manusia, yaitu sebagai berikut:

1. Ethos

Ethos adalah seorang pembicara harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat. Dengan kata lain bahwa ethos merupakan sumber kepercayaan seorang pembicara sebelum menyampaikan pidatonya terlebih dahulu harus menguasai materi dan memiliki kredibilitas sebagai seorang pembicara

dihadapan pendengar. Menurut May, Cicero, dan filsuf orang Romawi dalam Zainul Maarif (2019:10-12), menyimpulkan bahwa ada enam hal yang dapat mempengaruhi masyarakat oleh seorang orator yaitu: *phronesis*, *arête*, *eunoia*, *dignitas*, *ingenium*, dan *prudential*.

a. *Phronesis*, Mengetahui baik dan buruk

Menurut Jonathan Barnes ada tiga hal yang menginspirasi kepercayaan seseorang kepada karakter orator, yaitu pikiran sehat, kesempurnaan dan kehendak baik. Roger Crips berpendapat bahwa *phronesis* adalah sebagai sesuatu yang praktis, tidak hanya sesuatu yang semata-mata diketahui, melainkan sesuatu yang diketahui dan dapat dilakukan. Kepraktisan *phronesis* terkait dengan akstentuasinya

Menurut Aristoteles (dalam Naryoso, 2009:4), “Orang yang *berphronesis* adalah orang yang mampu membicarakan secara berwibawa apa yang baik dan bermanfaat bagi dirinya, tidak hanya hal-hal partikular seperti kesehatan dan kekuatan, tapi juga apa yang mengakibatkan kehidupan baik secara umum”.

Dari kesimpulan pengertian *phronesis* di atas adalah kemampuan praktis yang perlu dimiliki seorang orator dalam menentukan baik buruknya sebuah perkara bagi dirinya sendiri maupun orang lain, kemampuan tersebut didapatkan melalui pengalaman serta berinteraksi dengan orang lain secara terus menerus.

b. *Arête*, kebaikan, kesempurnaan, kemampuan

Istilah *arête* berasal dari bahasa Yunani yang memiliki banyak makna yaitu kebaikan (*virtue*), kesempurnaan diri (*personal excellence*),

kemampuan untuk mengatur urusan pribadi secara cerdas dan sukses di masyarakat, serta kemampuan alam untuk memimpin. Namun arti dasar *arête* adalah kesempurnaan atau kebaikan sesuatu dalam pengertian non-normal.

Menurut kaum Sofis, *arête* merupakan potensi-potensi pada manusia yang direalisasi dengan latihan, *arête* sendiri bersifat plural dan terpisah-pisah, contohnya keberanian dan kebijaksanaan. Oleh karena itu, dimungkinkan adanya orang yang berani tapi tidak bijak.

c. *Eunoia*, berorientasi pada pikiran yang baik

Istilah *eunoia* dalam bahasa Inggris diartikan dengan *goodwill* kehendak baik. Menurut Nichomachean Ethics dalam Zainul Maarif (2019:15-16) menerjemahkan dengan “*the wishing for the sake of the other*” mengharapkan kebaikan bagi orang lain. Harapan tersebut hanya kepada orang lain, bukan kepada diri sendiri.

Karena itu, *euroia* merupakan parameter pemerintah, dan publik kepada seorang orator. Apabila seseorang orator lebih mementingkan kepentingan umum maka akan diterima oleh publik dan sebaliknya, jika audien mengidentifikasi adanya kepentingan pribadi maka akan mengabaikan bahwa menolak seorang orator.

d. *Dignitas*, Berwibawa, terhormat, dan populer

Menurut Cicero dalam Zainul Maarif (2019:17) “*Dignitas* adalah kehormatan yang pantas mendapatkan kewenangan. Dalam jangka panjang *dignitas* mewujudkan dalam bentuk kepemilikan atas wibawa, kehormatan, dan popularitas”.

Seorang orator perlu memiliki ketiga hal tersebut, dengan kewibawaan, kehormatan, dan popularitas (populer) perkataan seorang orator akan didengarkan oleh publik dan antusiasme massa untuk mendengarkannya lebih banyak dan pesan akan lebih mudah diterima oleh publik.

e. *Ingenium*, bakat Retorika

Menurut Cicero dalam Zainul Maarif (2019:19) “Bakat alami dalam diri sendiri dapat berbentuk kemampuan atau minat kepada suatu hal. Seseorang yang memiliki bakat alami seharusnya disalurkan dan dikembangkan. Jika seorang tidak ada bakat berpidato, maka akan mengalami kesulitan dalam mengajarkan. Namun berbeda dengan yang memiliki bakat berpidato secara alami maka akan mudah untuk mengajarkan serta mengarahkan kepada hal terbaik melalui polesan-olesan baik secara teoritis maupun praktis”.

f. *Frudential*, Kata dan situasi

Istilah kata *Frudential* berasal dari bahasa Latin. Menurut Cicero dalam Zainul Maarif (2019:20) “*Prudentia* adalah kemampuan untuk menyelaraskan perkataan dengan situasi. Setiap tempat ada perkataannya dan setiap perkataan ada tempatnya. Perkataan yang tidak tepat akan menimbulkan kekacauan komunikasi”.

Contoh sederhana *prudential* dalam berpidato dikematian, tak sepantasnya seorang orator menyampaikan kata-kata yang jenaka. Seharusnya seorang orator menyampikan turut berdukacita dan kebaikan-kebaikan almarhum.

2. Phatos

Seorang pendengar atau penonton adalah orang yang menjadi target dari seorang komunikator untuk menyampaikan pesannya. Penonton di sini adalah *subscribers* atau langganan, yang memiliki jumlah yang banyak, dan juga para penonton yang hadir secara langsung di lokasi pidato di Istana Merdeka.

Pembicara harus menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang pendengar yang kemudian para ahli retorika modern disebut sebagai imbauan emosional. Seorang orator harus mampu mempengaruhi emosi pendengar. Adapun cara pertama yang dapat dilakukan orator yaitu mengenal emosi pendengar lantas merekayasa. Dalam aspek *phatos* dapat dikatakan orator menggunakan psikologi komunikasi dalam mendeskripsikan unsur-unsur kejiwaan pendengar yang perlu diketahui oleh orator. Unsur kejiwaan pendengar yang paling disoroti dalam Zainul Maarif (2019:26) adalah sebagai berikut:

a. Emosi pembangkit dan peredanya

Emosi adalah semua perasaan yang dapat mengubah keputusan orang dan terkadang terasa meyakinkan kadang menyenangkan. Perasaan itu mencakup rasa marah dan tenang bersahabat dan bermusuhan, takut dan berani, percaya diri, malu dan tidak malu, sayang dan benci, iri dan bersaing.

Marah (*anger*) adalah keinginan untuk melakukan kekerasan kepada pelaku penghinaan pada diri sendiri atau orang dekat. Hasrat itu pada awalnya menyakitkan namun akan menyenangkan setelah disalurkan. Rasa marah diakibatkan penghinaan. Menurut Arsitoteles ada tiga bentuk penghinaan (*slinghting*). Pertama, menghina dengan merendahkan diri (*contempt*). Kedua,

menghina dengan membuat dongkol (*spite*). Ketiga, menghina dengan mengolok-olok.

Pada momen-momen tertentu amarah diperlukan, terutama dalam melawan kezaliman dan keburukan. Oleh karena itu, orator terkadang perlu membangkitkan amarah pendengar dengan mengkondisikan emosi para pendengar dalam amarah. Tetapi ada kalanya amarah tidak diperlukan bahkan harus ditenangkan.

Terkait dengan bersahabat, Aristoteles mendefinisikan dengan perasaan yang menginginkan kebaikan bagi orang lain dan berusaha untuk merealisasikan bukan untuk kepentingan diri sendiri, tetapi untuk kepentingan orang lain. Persahabatan dapat berbentuk pertemanan, keintiman, atau bahkan kekeluargaan. Tindakan semacam itulah yang perlu dihadirkan orator kepada pendengar, yaitu tindakan yang baik pada orang lain tanpa mengklaim kebaikan yang dilakukan. Sedangkan permusuhan karena adanya kemarahan, kedongkolan, bahkan fitnah. Meskipun dapat muncul dari kebencian dan kemarahan, namun kebencian dan kemarahan adalah hal yang berbeda. Kemarahan muncul dari serangan pada diri, sedangkan kebencian tidak perlu kemunculan serangan.

Di samping persabatan dan permusuhan prinsip lain yang perlu diketahui orator adalah takut dan berani. Takut adalah rasa sakit atau terganggu karena membayangkan kerusakan atau keburukan di masa depan pada diri sendiri. Ada kalanya rasa takut perlu dibuat oleh orator kepada pendengar, misalnya dalam menghadapi pemuda dalam bayang-bayang godaan narkoba. Menceritakan

bahaya-bahaya yang terjadi apabila mengonsumsi narkoba. Namun ada kalanya, ketakutan harus dilawan. Keberanian timbul dengan menyingkirkan rasa ketakutan itu sendiri. Dengan cara menciptakan bayangan tentang kebaikan dan penyelamat dari ketakutan. Orator juga harus mengatakan bahwa mereka akan sukses kedepannya dan tak akan gagal. Dengan demikian keberanian dan kepercayaan diri dapat dibentuk dalam diri pendengar.

Orator juga dapat membentuk rasa malu dan tidak malu pada diri pendengar. Rasa adalah rasa sakit yang mengganggu perasaan dan mencemari nama baik terkait dengan hal-hal buruk. Rasa malu terasa lebih bukan hal-hal memalukan, maka seharusnya rasa malu tersebut harus ditepis. Adapun cara untuk menepis rasa malu adalah mengabaikan opini atau memandang rendah opini yang membuat kita malu dalam melakukan sesuatu. Di samping itu rasa malu akan hilang jika kita mengandalkan diri dihadapan orang lain, dengan begitu kita dapat menampik rasa malu tersebut.

Hal yang perlu dimunculkan dalam emosi komunikasi adalah sikap baik hati (*kindness*), yaitu memberi pertolongan tanpa pamrih kepada orang yang membutuhkan pertolongan. Orator juga seyakinya mendorong sikap penuh kasih ke dalam diri pendengar bukan sikap kasihan kepada orang lain.

b. Karakter Umum Nasib

Hal yang perlu diketahui orator tentang unsur kejiwaan selain emosi adalah karakternya. Karakter adalah sifat batin manusia yang mempengaruhi segenap pikiran dan tingkah laku.

Menurut Aristoteles (dalam Zainal Maarif, 2019:44), “Karakter pendengar dapat diidentifikasi dari segi umur dan nasib. Secara umum, pendengar dibagi menjadi tiga masa. Masa muda (*youth*), masa keemasan (*prime of life*), dan masa tua (*old age*). Secara nasib, pendengar digolongkan pada keturunan darah biru dan keturunan biasa, orang kaya dan orang miskin, serta yang berkuasa dan rakyat biasa”.

3. Logos

Istilah *logos* berasal dari bahasa Yunani yang artinya kata atau pikiran. Logos adalah pembicara menyakinkan pendengar atau khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti. Di sini pendekatan yang dipakai adalah melalui otak dari khalayak. Menurut Aristoteles dalam Zainal Maarif (2019:45-53), “Pesan pembicara dalam retorika diformat dalam tiga bentuk yaitu: sampel atau perumpamaan (*exampel*), adagium atau peribahasa (*maxim*), argumen dedukasi retorik (*enthymeme*)”.

a. Sampel, contoh faktual dan ilustrasi fiktif

Sampel (*example*) adalah contoh yang disampaikan dalam pidato. Menurut Aristoteles sampel bersifat induktif. Sebagaimana induksi, sampel pun bergerak dari hal-hal partikular menuju hal universal, sehingga mudah diserap mudah dipercaya oleh massa. Cara membentuknya dengan dua cara yaitu: menyebutkan fakta-fakta aktual di suatu masa, membuat fakta-fakta baru secara ilustrasi atau fabel.

b. Adagium, pernyataan umum praktis

Adagium terdiri dari empat model antara lain: *adagium* yang punya suplemen, adagium yang tidak punya suplemen, adagium yang paradoks (adagium paradoksial adalah adagium yang diperdebatkan karena perlu penjelasan), dengan kata lain adagium paradoks perlu diberi tambahan (suplemen) berupa penjelasan, adagium yang tidak paradoks.

c. Enthymeme, argumentasi retorika

Aristoteles mengatakan Enthymeme adalah deduksi yang berurusan dengan adagium, jika adagium adalah premis atau kesimpulan bagi Enthymeme, maka Enthymeme adalah argumen bagi adagium. Namun Enthymeme merupakan argumen silogisme yang tidak sempurna. Dikatakan tidak sempurna karena sebagian premis atau kesimpulannya tersembunyi.

2.2.6 Teknik Retorika

Menurut Aristoteles (dalam Rahmat 2012: 4-5) ada enam teknik dalam retorika sebagai berikut:

1. *Name Calling*

Memberi label buruk kepada gagasan orang, objek atau tujuan agar orang menolak suatu tanpa menguji kenyataannya. Misalnya menuduh lawan pemilihan sebagai penjahat, teroris, fundamentalis, koruptor. Propaganda dengan cara memberikan label buruk ini sekali dua kali dilakukan. Hampir setiap hari dalam setahun jenis propaganda ini dilakukan.

2. *Glittering Generalities*

Menggunakan kata yang baik untuk melukiskan sesuatu agar mendapatkan dukungan, lagi-lagi tanpa menyelidiki ketepatan asosiasi itu. Teknik digunakan untuk menonjolkan propoganda dengan mengidentifikasi dirinya dengan segala apa yang serba luhur dan agung.

3. *Card Stacking*

Memilih dengan teliti pernyataan yang tepat dan tidak tepat, logis dan tidak logis dan sebagainya untuk membangun suatu kasus.

4. *Plain Folks*

Imbauan yang menyatakan bahwa pembicara berpihak kepada khalayaknya dalam usaha bersama yang kolaboratif atau dengan kata lain pembicara menyesuaikan diri dengan si pendengar.

5. *Band Wagon*

Band Wagon adalah usaha untuk meyakinkan khalayak agar gagasan besarnya dapat diterima dan banyak orang akan turut serta ke dalam gagasan tersebut atau dengan cara mempengaruhi orang lain dengan *tren*.

6. *Testimonial*

Memperoleh ucapan orang yang dihormati atau dibenci untuk mempromosikan atau meremehkan suatu maksud.

2.2.7 Strategi Penyusunan Retorika

Menurut Aristoteles (dalam Rahmat, 2012:7-8) ada lima tahap penyusunan pidato antara lain sebagai berikut:

1. *Invention* (penemuan)

Pada tahapan ini pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Menurut Aristoteles retorika tidak lain daripada kemampuan untuk menentukan topik dalam kejadian tertentu, dengan menggunakan metode persuasi yang ada.

2. *Disposition* (penyusunan)

Pidato yang tersusun dan terorganisasi dengan baik sehingga memiliki pembagian yang jelas, antara lain pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. Aristoteles menyatakan pengantar berfungsi menarik perhatian dan menumbuhkan kredibilitas serta menjelaskan tujuan.

3. *Elucatio* (gaya)

Pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk mengemas pesannya. Aristoteles menegaskan gunakan bahasa yang tepat, benar, dan diterima, pilihan kata yang jelas dan langsung, disampaikan kalimat yang indah, mulia, hidup, dan sesuaikan bahasa dengan pesan khalayak dan pembicara.

4. *Memoria* (memori)

Pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikan dengan mengatur bahan-bahan pembicaraanya. Aristoteles menyarankan jembatan untuk memudahkan ingatan.

5. *Pronontitio* (penyampaian)

Pembicara menyampaikan pesan secara verbal atau lisan. Pembicara harus memperhatikan suara dan gerakan-gerakan anggota tubuh.

2.2.8 Jenis-jenis Retorika

Menurut Aristoteles (dalam Rahmat, 2012:9) jenis retorika dibagi menjadi tiga antara lain sebagai berikut:

1. Retorika *Forensik*

Berfokus pada sifat yuridis dan mempersoalkan masa lalu untuk menentukan benar atau salah.

2. Retorika *Epidentik*

Berkaitan dengan wacana pujian atau tuduhan untuk memperkuat sifat baik atau buruk seseorang, lembaga ataupun gagasan. Pidato jenis ini bertujuan untuk memuji, menghormati, atau bahkan sebaliknya.

3. Retorika *Deliberatif*

Bermaksud untuk menentukan apa yang seharusnya dilakukan oleh si pendengar dan apa yang tidak dilakukan.

2.3 Pidato

2.3.1 Pengertian Pidato

Menurut Tasai (dalam Nugroho, 2018:2), “Pidato adalah salah satu wujud kegiatan berbahasa lisan yang memerlukan ekspresi gagasan, penalaran dan didukung oleh aspek nonbahasa seperti ekspresi, wajah, kontak, pandang dan intonasi”. Menurut Dr. Yusuf Qordhawi (dalam Dalimunthe dan Surip 2017:226), “Berpidato adalah salah satu bentuk komunikasi, sehingga berpidato haruslah dimengerti dan dipahami oleh audiens sebagai komunikasi. Dalam hal ini seseorang orator mampu menyampaikan pada orang lain dalam bahasa aktual dan logika ilmiah”.

Menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian pidato adalah suatu kegiatan berbicara yang dilakukan oleh seseorang di depan banyak orang untuk memberikan informasi secara lisan dengan memberikan ekspresi yang baik agar setiap orang yang mendengarkan tertarik.

2.3 2 Jenis-jenis Pidato

Menurut Hendrikus (2015:48-49) menyebutkan ada empat jenis pidato sebagai berikut:

1. Bidang Politik

Dalam dunia politik sering diucapkan pidato yang bertujuan politis. Pendengar pidato politis pada umumnya massa/rakyat. Tujuan pidato politis pada umumnya bukan mengajar, tetapi mempengaruhi, bukan meyakinkan, tetapi membakar semangat

2. Kesempatan Khusus

Ada banyak kesempatan atau pertemuan tidak resmi, di mana orang harus membawakan pidato. Suasana pertemuan semacam ini pada umumnya akrab, sebab para peserta sudah saling mengenal, seperti pertemuan keluarga, sidang organisasi dan sidang antar para anggota dan pimpinan perusahaan. Bentuk pidato yang dibawakan biasanya disebut kata sambutan, lamanya antara 2-5 menit.

3. Kesempatan Resmi

Dalam kehidupan bermasyarakat sering diselenggarakan berbagai pertemuan karena alasan-alasan resmi. Para peserta yang hadir adalah para pejabat, para pembesar atau orang-orang terkemuka yang datang dalam

suasana formal. Dalam kesempatan resmi, pidato atau sambutan yang dibawakan harusnya singkat, meskipun disampaikan secara bebas. Sasarannya lebih untuk menggerakkan perasaan dan bukan untuk menanamkan pengertian rasional

4. Pertemuan Informatif

Dalam hubungan dengan pembinaan, sering diselenggarakan pertemuan-pertemuan informatif. Maksudnya adalah pertemuan dalam kelompok-kelompok kecil atau besar, baik dalam dunia pendidikan, maupun dalam bidang kehidupan lain, dengan maksud untuk memberikan dan membagi informasi atau untuk membahas suatu masalah secara ilmiah.

Jenis pidato Presiden Joko Widodo pada video pidato Tentang Pembukaan Kegiatan CNBC (*Consumer News And Business Channel*) Indonesia adalah jenis pidato Pertemuan Informatif. Seperti pengertiannya pidato Pertemuan Informatif ini adalah pertemuan dalam kelompok-kelompok kecil atau besar, baik dalam dunia pendidikan, maupun dalam kehidupan lain, dengan maksud untuk memberi dan membagi informasi atau untuk membahas suatu masalah secara ilmiah. Pada pidato yang disampaikan Bapak Jokowi membahas tentang pemulihan ekonomi Indonesia di tengah-tengah pandemi Covid-19, dengan memberikan informasi kepada masyarakat bahwa pemerintah Indonesia telah menyiapkan anggaran untuk mempercepat pemulihan ekonomi Indonesia.

2.3.3 Ciri-ciri Pidato

Menurut Hendrikus (2015:51-54) ada sembilan hal yang mencirikan suatu pidato yang baik yakni saklik, jelas, hidup, memiliki tujuan yang jelas, bergaya

klimaks, memiliki pengulangan mengandung hal-hal yang mengejutkan, singkat tapi padat dan mengandung humor.

1. Pidato yang Saklik

Pidato yang saklik apabila memiliki objektivitas dan unsur-unsur yang mengandung kebenaran. Saklik juga berarti ada hubungan yang serasi antara isi pidato dan formulasinya, sehingga indah kedengaran, tetapi bukan berarti dihiasi dengan gaya bahasa yang berlebih-lebihan.

2. Pidato yang Jelas

Ketentuan sejak zaman dulu menyatakan, bahwa pembicara harus mengungkapkan pikirannya sedemikian rupa, sehingga tidak hanya isinya yang dapat dimengerti, tetapi kalimat yang disampaikan juga jangan sampai ada yang tidak mengerti.

3. Pidato yang Hidup

Sebuah pidato yang baik harus hidup, untuk menghidupkan pidato dapat dipergunakan gambar, cerita pendek atau kejadian-kejadian yang relevan sehingga memancing perhatian pendengar. Pidato yang hidup dan menarik umumnya diawali dengan ilustrasi, sesudah itu ditampilkan pengertian-pengertian abstrak atau definisi.

4. Pidato yang Memiliki Tujuan

Setiap pidato harus memiliki tujuan, yaitu apa yang mau dicapai. Tujuan ini harus dirumuskan dalam satu dua pikiran pokok. Dalam menyampaikan pidato tujuan yang disampaikannya harus disampaikan dengan baik atau bisa diulang pada saat menyampaikan pidato agar setiap orang yang mendengarkan bisa memahami apa yang disampaikan oleh orator.

5. Pidato yang Memiliki Klimaks

Suatu pidato yang hanya membicarakan suatu kejadian akan terdengar sangat membosankan. Ada baiknya seorang orator menggunakan gaya bahasa yang klimaks dalam menyampaikan suatu kejadian, agar siapapun yang mendengarkan pidato merasa ingin tahu pada saat mendengar pidato.

6. Pidato yang Memiliki Pengulangan atau *Redudansi*

Pengulangan atau *redudans* itu penting, dalam menyampikan pidato ada baiknya orator melakukan pengulangan pada pokok-pokok pidato yang penting bagi pendengar, agar pokok pidato yang disampaikan tidak langsung dilupakan oleh pendengar. Suatu pengulangan yang disampaikan akan memberikan hal besar dalam ingatan para pendengar.

7. Pidato yang Berisi Hal-hal yang Mengejutkan

Dalam berpidato kadang isi pidato yang disampaikan berisi hal-hal yang mengejutkan, hal-hal yang mengejutkan ini bisa menarik perhatian setiap pendengar, yang membuat pendengar tertarik untuk mendengarkan isi pidato yang disampaikan. Sesuatu yang mengejutkan itu mungkin belum pernah ada dan terjadi sebelumnya

8. Pidato yang Dibatasi

Orator tidak boleh menyampaikan semua masalah dalam pidato. Orator harus membatasi masalah yang akan disampaikan dalam berpidato, karena pidato yang isinya terlalu panjang akan menimbulkan kebosanan pada pendengar.

9. Pidato yang Mengandung Humor

Dalam menyampaikan pidato ada baiknya orator menyelipkan hal-hal yang bersifat humor atau menghibur, agar si pendengar tidak merasa bosan dalam mendengarkan pidato dan pendengar pun merasa terhibur dengan pidato yang disampaikan. Tetapi dalam berpidato tidak disarankan menggunakan kata-kata humor terlalu banyak, karena hal itu dapat menimbulkan seolah-olah orator tidak bersungguh-sungguh dalam berpidato.

2.3.4 Langkah-langkah Persiapan Pidato

Menurut Dalimunte, Syairul dan Surip (2017:239-248) “Setiap orang yang akan berbicara di hadapan umum perlu menyadari suatu peribahasa yang menyatakan “Siapa yang baik memimpin tanpa persiapan, akan turun tanpa kehormatan”. Makna yang terkandung dalam peribahasa itu adalah apabila seseorang ingin sukses dalam berbicara di depan umum, maka terlebih dahulu ia wajib melakukan berbagai persiapan. Melakukan pekerjaan tanpa persiapan adalah tindakan yang sia-sia”. Ada beberapa persiapan yang harus dilakukan oleh seseorang sebelum melakukan pidato sebagai berikut:

1. **Persiapan Sebelum Tampil**

Sesaat sebelum tampil seorang pembicara harus melakukan persiapan yang matang. Persiapan yang baik akan menentukan sukses tidaknya kegiatan pembicaraan yang dilakukan. Persiapan dilakukan mulai persiapan materi, alat bantu, penampilan, maupun mental. Setelah materi selesai disusun, pertimbangkan untuk memilih dan menggunakan alat bantu yang diperlukan, misalnya OHP, LCD, slide/powerpoint, dsb.

2. **Persiapan Fisik**

Yang dimaksud dengan persiapan fisik ialah, sebelum melakukan pidato orator harus mempersiapkan diri terlebih dahulu, menjaga kesehatan tubuh. Karena persiapan ini berpengaruh pada penampilan pada saat berbicara di depan umum.

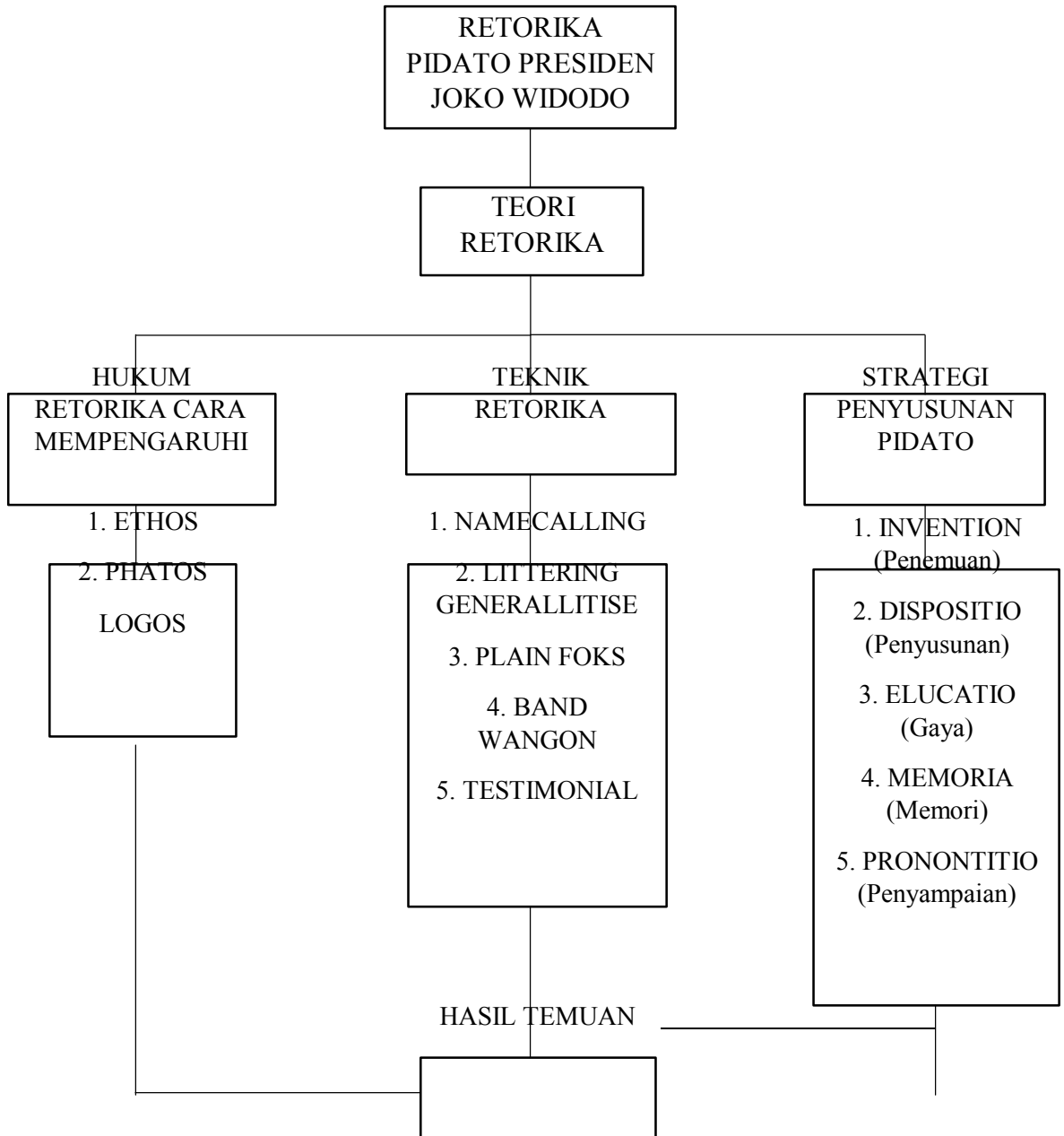
3. Persiapan Mental

Persiapan mental adalah persiapan yang harus dilakukan oleh setiap orator sebelum melakukan pidato, karena hal ini menunjukkan seberapa besar kemampuan orator dalam menyampaikan pidatonya di depan banyak orang. Persiapan mental ini dilakukan terutama pada orang yang baru pertama kali melakukan pidato atau berbicara di depan banyak orang.

4. Persiapan Materi

Yang dimaksud dengan persiapan materi adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk menguasai materi yang akan disampaikan dihadapan forum dengan sintesis, teratur, luas, dan mendalam.

2.4 Kerangka Konseptual



Pernyataan Penelitian

1. Bagaimana Ethos, Phatos, dan Logos pada pidato yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo Tentang Pembukaan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia.
2. Bagaimana teknik yang digunakan oleh Presiden Joko Widodo dalam meyampikan pidatonya.
3. Bagaimana strategi penyusunan pidato yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Meleong, 2017), “Metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang hasilnya data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilaku yang dapat diamati”. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:9), “Bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana penelitian adalah sebagai instrumen kecil, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara lisan maupun tulisan yang datanya diperoleh dari peristiwa yang terjadi baik individu maupun kelompok. Dengan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini akan mendeskripsikan retorika dalam pidato Presiden Joko Widodo tentang pembukaan kegiatan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia yang akan dianalisis menggunakan tiga hukum dalam mempengaruhi orang, teknik dalam menyampaikan, dan strategi penyusunan pidato.

3.2 Sumber Data

Menurut Lofland (dalam Meleong, 2019:157), “Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistika”.

Adapun sumber yang digunakan dalam penelitian ini antara lain buku-buku, jurnal ilmiah, dan internet serta pidato Presiden Joko Widodo yang diunggah di *youtube* pada tanggal 25 Februari 2021 yang berdurasi 9 menit 32 detik.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek dalam penelitian ini adalah video pidato Presiden Joko Widodo tentang Pembukaan Kegiatan CNBC (*Consumer News and Business Channel*) Indonesia, yang diunggah di *youtube* pada tanggal 25 Februari 2021.
2. Objek dalam penelitian ini ada tiga yaitu: tiga hukum dalam mempengaruhi pendengar, teknik penyampaian pidato, dan strategi penyusunan pada pidato Presiden Joko Widodo tentang Pembukaan Kegiatan CNBC Indonesia.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013), “Teknik pengambilan data merupakan prioritas utama yang memiliki nilai strategis dalam penelitian”. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik simak dan teknik catat.

1. Teknik Simak

Teknik simak atau penyimakan yaitu teknik pengumpulan data dengan menyimak bahasa (sudaryanto, 1982). Penggunaan teknik simak dalam pengumpulan data penelitian tersebut yaitu peneliti terlebih dahulu menyimak dan mengamati isi dari video yang dilihat.

2. Teknik Catat

Teknik catat yaitu teknik atau sebuah cara yang digunakan untuk mencatat data-data yang ditemukan pada video pidato yang ditonton. Setelah semua dicatat maka data akan dilakukan pengamatan fokusnya pada tiga hukum dalam menyampaikan pidato menurut Aristoteles, teknik penyampaian pidato, dan strategi yang digunakan dalam menyampaikan pidato.

Teknik ini digunakan untuk menyimak apa yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo melalui video yang diunduh di *youtube*, kemudian mencatat apa yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo. Teknik menyimak ini dilakukan dengan berulang kali sehingga dapat memperoleh data yang benar-benar akurat sesuai objek yang diteliti dan hal-hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan teknik yang digunakan yaitu teknik simak dan teknik lanjutan berupa:

1. Peneliti menonton pidato Presiden Joko Widodo,
2. Peneliti menranskrip atau mencatat apa yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo pada saat berpidato,
3. Peneliti mengklasifikasikan data yang telah didapatkan dari apa yang telah ditonton berupa tiga hukum dalam mempengaruhi pendengar, teknik yang

digunakan dalam menyampaikan pidato, dan strategi yang digunakan dalam penyusunan pidato,

4. Peneliti mencatat data yang telah diklasifikasikan ke dalam sebuah tabel.
5. Menyimpulkan semua hasil data-data yang sudah ditemukan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dilakukan setelah data yang relevan dengan masalah penelitian terkumpul. Analisis data menurut Meleong (2017: 280) adalah, “Proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data”.

Setelah data yang diperoleh terkumpul, kemudian data tersebut dianalisis menggunakan teknik padan. (Sudaryono, 2012:18). “Teknik yang digunakan dalam metode padan adalah teknik pilih unsur penemuan atau PUP (Teknik Pilih Unsur Penemu). Penggunaan teknik ini dengan cara mengumpulkan kalimat yang mengandung tiga hukum retorika, teknik penyampaian pidato, dan strategi yang digunakan oleh Presiden Joko Widodo dalam menyampaikan pidato”.

Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk mengelola dan menganalisis data sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan pengumpulan data melalui teknik simak dan teknik catat.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis data.

3. Menggolongkan data yang diperoleh. Apakah termasuk ke dalam tiga hukum retorika, teknik penyampaian, dan strategi yang digunakan oleh Presiden Joko Widodo.
4. Mencatat hasil analisis data yang telah ditemukan pada video pidato.
5. Menyimpulkan hasil analisis data yang telah diidentifikasi.

Tabel 3.5.1. Analisis data 3 cara dalam mempengaruhi pendengar

No	Durasi Video	Kutipan	Keterangan

Tabel 3.5.2. Analisis data teknik yang digunakan dalam menyampaikan pidato

No	Durasi Video	Kutipan	Keterangan

Tabel 3.5.3. Analisis data strategi penyusunan pidato

No	Durasi Video	Kutipan	Keterangan

3.6 Keabsahan Data (Triagulasi)

Menurut Meleong (2017:321), “Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep keseharian (vasiliditas) dan keadaan (reabilitas) menurut versi ‘positivisme’ dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigma sendiri”. Uji keabsahan data meliputi uji kredibilitas data (validitas internal), uji depenabilitas (reliabilitas) data, uji transferabilitas (validitas eksternal atau generalisasi), dan uji komfirmabilitas (objektivitas)”. (Sugiyono, 2017: 294). Denzim (dalam Meleong, 2017:330), “Membedakan empat macam triagulasi sebagai teknik penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori”.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu peneliti mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data yang telah dicek akan dispesifikasikan sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.