

Retorika, Kombinasi Kemampuan Berbahasa dan Komunikasi

Oleh Iis Siti Salamah Azzahra



Dalam buku Theories of Human Communication karangan Little John, dikatakan bahwa studi retorika sesungguhnya adalah bagian dari disiplin ilmu komunikasi. Mengapa? karena di dalam retorika terdapat penggunaan simbol-simbol yang dilakukan oleh manusia

1. Mengenal Retorika

Retorika (dari bahasa Yunani $\acute{\alpha}\rho\eta\tau\omicron\upsilon\kappa\alpha$, $\acute{\alpha}\rho\eta\tau\omicron\upsilon$, orator, teacher) adalah sebuah teknik pembujuk-rayuan secara persuasi untuk menghasilkan bujukan dengan melalui karakter pembicara, emosional atau argumen (logo), awalnya Aristoteles mencetuskan dalam sebuah dialog sebelum The Rhetoric dengan judul 'Grullos' atau Plato menulis dalam Gorgias, secara umum ialah seni manipulatif atau teknik persuasi politik yang bersifat transaksional dengan menggunakan lambang untuk mengidentifikasi pembicara dengan pendengar melalui pidato, persuader dan yang dipersuasi saling bekerja sama dalam merumuskan nilai, kepercayaan dan pengharapan mereka. Ini yang dikatakan Kenneth Burke (1969) sebagai konsustansialitas dengan penggunaan media oral atau tertulis, bagaimanapun, definisi dari retorika telah berkembang jauh sejak retorika naik sebagai bahan studi di universitas. Dengan ini, ada perbedaan antara retorika klasik (dengan definisi yang sudah

disebutkan di atas) dan praktik kontemporer dari retorika yang termasuk analisa atas teks tertulis dan visual.

Dalam buku *Theories of Human Communication* karangan Little John, dikatakan bahwa studi retorika sesungguhnya adalah bagian dari disiplin ilmu komunikasi. Mengapa? karena di dalam retorika terdapat penggunaan simbol-simbol yang dilakukan oleh manusia. Karena itu Retorika berhubungan erat dengan komunikasi Persuasi. Sehingga dikatakan retorika adalah suatu seni dari mengkonstruksikan argumen dan pembuatan pidato. Little John mengatakan retorika adalah "*adjusting ideas to people and people to ideas*" (Little John, 2004,p.50)

Selanjutnya dikatakan bahwa Retorika adalah seni untuk berbicara baik, yang dipergunakan dalam proses komunikasi antarmanusia (Hendrikus, 1991,p.14) Sedangkan oleh sejarawan dan negarawan George Kennedy mendefinisikan retorika sebagai ... "*the energy inherent in emotion and thought, transmitted through a system of signs, including language to other to influence their decisions or actions*" (dikutip dalam Puspa, 2005:p.10) atau kalau diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi Retorika adalah..."suatu energi yang inheren dengan emosi dan pemikiran, yang dipancarkan melalui sebuah sistem dari tanda-tanda, termasuk didalamnya bahasa yang ditujukan pada orang lain untuk mempengaruhi pendapat mereka atau aksi mereka"

2. Perkembangan Retorika

Retorika mulai dikenal pada tahun 465 SM, ketika Corax menulis makalah berjudul *Techne Lagon* (Seni kata-kata). Pada waktu itu seni berbicara atau ilmu berbicara hanya digunakan untuk membela diri dan mempengaruhi orang lain. Membela diri di pengadilan ketika orang lain mengambil tanah atau mengakui tanahnya karena waktu itu belum ada sertifikat tanah. Membela diri ketika seseorang, katakanlah orang kaya raya dituduh mengorbankan kehormatannya dengan hanya mencari setandan pisang di kebun dan sebagainya.

Singkat retorika atau ilmu komunikasi pada waktu itu hanya digunakan untuk membela diri yang berhubungan dengan kepentingan sesaat dan praktis.

Sementara untuk mempengaruhi orang lain, menurut Aristoteles ada 3 cara yaitu :

- Harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa kita memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya dan status yang terhormat yang disebut "*ethos*"
- Harus dapat menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang yang disebut "*phatos*"
- Meyakinkan khalayak dengan bukti yang kelihatan, yang disebut "*logos*"

Dari sejarah singkat perkembangan retorika atau ilmu komunikasi klasik yang patut kita catat yakni mengenai tahap penyusunan pidato karya Aristoteles yang sampai sekarang masih terus dipakai, adalah penentuan tema, penyusunan, gaya, memori dan penyampaian.

3. Prinsip-Prinsip Dasar Retorika

Retorika atau ilmu komunikasi adalah cara pemakaian bahasa sebagai seni yang didasarkan pada suatu pengetahuan atau metode yang teratur atau baik. Berpidato, ceramah, khutbah juga termasuk kajian retorika. Cara-cara mempergunakan bahasa dalam bentuk retorika seperti pidato tidak hanya mencakup aspek-aspek kebahasaan saja tetapi juga mencakup aspek-aspek lain yang berupa penyusunan masalah yang digarap dalam suatu susunan yang teratur dan logis adanya fakta-fakta yang meyakinkan mengenai kebenaran masalah itu untuk menunjang pendirian pembicara.

Oleh karena itu suatu bentuk komunikasi yang ingin disampaikan secara efektif dan efisien akan lebih ditekankan pada kemampuan berbahasa secara lisan. Suatu komunikasi akan tetap bertitik tolak dari beberapa macam prinsip.

Prinsip-prinsip dasar itu adalah sebagai berikut :

- Penguasaan secara aktif sejumlah besar kosakata bahasa yang dikuasainya. Semakin besar jumlah kosa kata yang dikuasai secara aktif semakin besar kemampuan memilih kata-kata yang tepat dan sesuai untuk menyampaikan pikiran
- Penguasaan secara aktif kaidah-kaidah ketatabahasa yang memungkinkan pembicara menggunakan bermacam-macam bentuk kata dengan nuansa dan konotasi yang berbeda-beda.
- Mengenal dan menguasai bermacam-macam gaya bahasa dan mampu menciptakan gaya yang hidup dan baru untuk lebih menarik perhatian pendengar dan lebih memudahkan penyampaian pikiran pembicara.
- Memiliki kemampuan penalaran yang baik sehingga pikiran pembicara dapat disajikan dalam suatu urutan yang teratur dan logis.

Urgensi Ilmu Komunikasi atau Retorika Bagi Calon Pemimpin. Setiap calon selain ia harus berwawasan luas juga dituntut harus mempunyai keterampilan berkomunikasi atau berbicara. Keterampilan tersebut dapat diperoleh melalui latihan yang sistematis, terarah dan berkesinambungan. Tanpa latihan, kefasihan berbicara atau pidato tidak dapat tercapai. Disamping itu, calon pemimpin juga harus mengetahui ciri-ciri pembicara yang ideal. Pengetahuan tentang ciri-ciri pembicara yang baik sangat bermangfaat bagi mereka yang sudah tergolong pembicara yang kurang baik dan bagi pembicara dalam tarap belajar. Bagi golongan pertama, pengetahuan tersebut dapat digunakan sebagai landasan mempertahankan, menyempurnakan atau mengembangkan keterampilan berbicara atau pidato yang sudah dimilikinya. Bagi golongan kedua yakni calon pemimpin. Hal itu sangat baik dipahami dan dipalikasikan sehingga dapat menghilangkan kebiasaan buruk yang selama ini mungkin dilakukan secara tidak sadar.

4. Dimensi Ideologi Retorika

1. Dimensi filosofis kemanusiaan, dari dimensi ini, kita mengedepankan pemahaman dari sudut identitas (ciri pembeda) antara eksistensi. Identitas pembedanya:

- antara makhluk manusia dengan selain manusia
- antara manusia yang berbudaya
- antara yang mempunyai pengetahuan, keterampilan, pandangan hidup

2. Dimensi teknis, berbicara adalah sebuah teknik penggunaan symbol dalam proses interaksi informasi.

3. Dimensi proses penampakan diri atau aktualisasi diri. Berbicara itu adalah salah satu keperluan yang tidak bisa ditinggalkan

4. Dimensi teologis, menyampaikan ajaran agama sesuatu yang wajib (dakwah)

Bicara juga ada seninya. Pernahkah anda mengamati seorang penjual obat di pasar, ketika sedang menawarkan dagangannya? Atau, pernahkah anda ikut demonstrasi di kampus anda? Kalau pernah coba amati gaya bicara sang korlap!

Retorika bukan cuma menekankan pada output verbal seseorang ketika berbicara, namun juga output non verbalnya. Percaya atau tidak, gerakan bola mata kita atau arah pandangan mata kita, bahkan benda apa yang kita pegang saat berbicara, berpengaruh pada dipercaya tidaknya ucapan kita oleh orang lain. Seni berbicara memang erat kaitannya dengan seni mempengaruhi orang lain.

Salah satu kuncinya adalah kenali audiens anda. Dengan mengenali siapa yang anda ajak bicara, anda bisa memprediksi apa dan bagaimana anda harus bicara, agar ucapan anda bisa dipercaya.

5. Latar Belakang yang Berbeda

Proses komunikasi pada intinya adalah proses yang berusaha mencari *mutual understanding* di antara dua pihak yang berkomunikasi itu. Proses itu bisa gampang, bisa jadi sulit. *Mutual understanding* bisa tercipta jika ada kemiripan antara *frame of reference* dan *field of experience* kedua belah pihak.

Dua pihak yang berkomunikasi membawa latar belakang pemahaman yang berbeda pula. Di benak setiap orang yang berkomunikasi, umumnya telah tercipta *image*, persepsi dan gambaran tentang lawan komunikasinya. Dalam banyak kasus, *image* bahkan dapat tercipta sebelum bertemu muka dengan si-obyek *image*.

Image sendiri bukanlah suatu fenomena yang buruk. *Image* yang tepat, dapat membantu kita dalam proses komunikasi, namun demikian, kita harus menyadari bahwa *Image* dapat dimanipulasi atau dikondisikan, secara sadar maupun tidak sadar, oleh diri kita sendiri, atau obyek lain diluar diri kita.

Suatu proses komunikasi akan menghasilkan *mutual understanding* jika ada kedekatan antara *frame of reference* dan *field of experience* dari para peserta proses komunikasi.

Untuk menjadi komunikator yang efektif, anda sedapat-dapatnya harus mengenali karakteristik audiens anda, untuk menentukan tehnik komunikasi apa yang harus anda gunakan untuk menyampaikan pesan anda.

6. Pentingnya Retorika

Persepsi adalah proses yang terintegrasi dalam individu, yang terjadi sebagai reaksi atas stimulus yang diterimanya (bersifat individual). Sebuah konsensus (kesamaan persepsi kolektif pada satu isu tertentu) yang tercapai melalui diskusi sosial akan menimbulkan opini publik. Sedangkan pada diri individu sendiri, opini bisa bersifat laten atau manifes. Opini yang bersifat laten disebut sikap. *Sikap adalah suatu predisposisi terhadap sesuatu obyek, yang didalamnya termasuk sistem kepercayaan, perasaan, dan kecenderungan perilaku terhadap obyek tersebut.*

Sikap bisa dipelajari, bersifat stabil, melibatkan aspek kognisi dan afeksi, dan menunjukkan kecenderungan perilaku.

7. Sejarah Retorika

Sejarah Retorika dimulai pada tahun 467 sebelum Masehi, Korax seorang Yunani dan muridnya Teisios (keduanya berasal dari Syrakuse –Sisilia) menerbitkan sebuah buku yang pertama tentang Retorika. Tetapi retorika sebagai seni dan kepandaian berbicara, sudah ada dalam sejarah jauh lebih dahulu. Misalnya dalam kesusteraan Yunani kuno, Homerus dalam Ilias dan Odyssee menulis pidato yang panjang. Juga bangsa-bangsa seperti Mesir, India dan Cina sudah mengembangkan seni berbicara jauh hari sebelumnya.

Plato, menjadikan Gorgias dan Socrates sebagai contoh retorika yang benar, atau retorika yang berdasarkan pada Sophisme dan retorika yang berdasar pada filsafat. Sophisme mengajarkan kebenaran yang relatif. Filsafat membawa orang kepada pengetahuan yang sejati. Ketika merumuskan retorika yang benar-benar membawa orang pada hakikat – Plato membahas organisasi gaya, dan penyampaian pesan. Dalam karyanya, Dialog, Plato menganjurkan para pembicara untuk

menganal "jiwa" pendengarnya. Dengan demikian, Plato meletakkan dasar-dasar retorika ilmiah dan psikologi khalayak. Ia telah mengubah retorika sebagai sekumpulan teknik (sophisme) menjadi sebuah wacana ilmiah.

8. Lima Hukum Retorika (The Five Canons Of Rhetoric).

Aristoteles, murid Plato yang paling cerdas melanjutkan kajian retorika ilmiah. Ia menulis tiga jilid buku yang berjudul *De Arte Rhetorica*.

Dari Aristoteles dan ahli retorika klasik, kita memperoleh lima tahap penyusunan pidato : terkenal sebagai Lima Hukum Retorika (***the Five Canons of Rhetoric***), yakni :

Inventio (penemuan)

Pada tahap ini, pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Bagi Aristoteles, retorika tidak lain dari kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada". Dalam tahap ini juga, pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan (argumen) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.

Dispositio (penyusunan).

Pada tahap ini, pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan. Aristoteles menyebutnya *Taxis* yang berarti pembagian. Pesan harus dibagi ke dalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Susunan berikut ini mengikuti kebiasaan berpikir manusia : pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. Menurut Aristoteles, pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas (ethos), dan menjelaskan tujuan

Elocutio (gaya).

Pada tahap ini pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk "mengemas" pesannya. Aristoteles mengatakan agar menggunakan bahasa yang tepat, benar dan dapat dite rima, pilih kata-kata yang jelas dan langsung, sampaikan kalimat yang indah, mulia, dan hidup, dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara.

Memoria (memori)

Pada tahap ini pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikannya, dengan mengatur bahan-bahan pembicaraannya. Aristoteles menyarankan "jembatan keledai" untuk memudahkan ingatan.

Pronuntiatio (penyampaian)

Pada tahap ini, pembicara menyampaikan pesannya secara lisan. Disini akting sangat berperan. Pembicara harus memperhatikan suara (vocis) dan gerakan-gerakan anggota badan. (gestus moderatio cum venustate)

Rhetorical Analysis Aristoteles menyebut bahwa ada tiga cara untuk mempengaruhi manusia.

Pertama, pembicara harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (ethos).

Kedua, pembicara harus menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang mereka (pathos) yang kemudian oleh para ahli retorika modern disebut sebagai imbauan

emosional atau emotional appeals.

Ketiga, pembicara meyakinkan pendengar/khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti. Disini pendekatan yang dipakai adalah melalui otak dari khalayak (logos).

Selain ketiga hal tadi, Aristoteles juga menyebutkan dua hal lain yang efektif untuk mempengaruhi pendengar. Yakni Entimem (enthymeme) dan Contoh (example) (Griffin, 2006 : p, 321). Entimem adalah berasal dari bahasa Yunani : “en” artinya di dalam dan “thymos” artinya pikiran. Ini adalah sejenis syllogisme yang tidak lengkap, tidak untuk menghasilkan pembuktian ilmiah, *tetapi* untuk menimbulkan keyakinan.

Dalam bukunya, Em Griffin mengatakan Enthymeme as “*the strongest of the proofs*”. Disebut tidak lengkap karena sebagian premis dihilangkan. Selain entimem, Contoh adalah cara lainnya. Disampaikan dengan mengemukakan beberapa contoh. Secara induktif pembicara membuat kesimpulan umum.

Kajian mengenai retorika menjadi penting dalam kajian mengenai public relations karena menurut para ilmuwan, Retorika kegiatan Public Relations sarat dengan apa yang disebut oleh Heath (1992) sebagai “Perilaku-perilaku simbolik yang bertujuan atau bisa digunakan untuk berbagi dan mengevaluasi informasi, membentuk keyakinan, serta membangun norma-norma untuk aksi kolektif yang terkoordinasi.

Penelitian-penelitian Retorika di bidang Public Relations banyak mengilustrasikan bagaimana “symbolic strategy” ini telah banyak dimanfaatkan terutama untuk hal-hal yang berkaitan dengan “corporate advocacy” dan “issues management”. Penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Crable dan Vibbert (1985), Vibbert (1987) dan Heath dan Nelson (1986) membuktikan bahwa “*issues can be created by institutional rhetors, and that through the use of symbolic strategies, communication can influence the public policy debate*”.

Kata Kunci : Retorika, Kemampuan Berbahasa