

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebanyakan masyarakat berpandangan bahwa bahasa tak lebih dari sebuah sarana dalam berkomunikasi. Hanya sebagian kecil masyarakat yang menyadari bahwa kemahiran berbahasa bisa dijadikan profesi yang bernilai jual tinggi. Beberapa profesi berbahasa yang sering disorot akhir-akhir ini adalah presenter (pembawa acara), motivator, dan pendakwah. Tentu saja tidak semua orang memiliki kecenderungan berbicara secara alami. Akan tetapi, kemampuan ini bisa dilatihkan jika seseorang memiliki keinginan kuat dalam hatinya untuk belajar dan mencoba. Dalam bukunya *The Magic of Speaking*, Carnegie (2010, hlm. 7--21) mengatakan bahwa jangan pernah merasa kasus Anda (berbicara di depan umum) sangat sulit, mulailah dengan kemauan yang kuat dan besar, kuasai yang akan Anda bicarakan, bertindaklah dengan percaya diri, dan yang tidak boleh ditinggalkan adalah berlatih karena banyak kesalahan sering terjadi dalam berbahasa.

Profesi sebagai presenter televisi atau pun pembawa acara di sebuah forum yang selalu dituntut untuk ‘menyita perhatian’ khalayak, tentu harus tunduk pada aturan *public speaking* yang biasa dikenal dengan retorika atau seni berbicara di depan umum. Hasil observasi Aristoteles yang telah digunakan selama berabad-abad hingga sekarang untuk mempengaruhi audien dijelaskan Burgoon (dalam Rusli, 2012, hlm. 4) bahwa retorika yang sukses itu tidak akan meninggalkan lima hal, yaitu (1) menggunakan metode persuasi yang paling tepat, (2) berbicara dengan struktur yang teratur, (3) memiliki kekhasan dalam menggunakan media bahasa, (4) menarik dalam presentasi, dan (5) mendayagunakan ingatan agar menyuguhkan suatu pembicaraan yang efektif dan berdaya tarik tinggi.

Penggunaan media bahasa dalam retorika harus sistematis, efektif, tepat, dan memiliki seni. Hal demikian tidak ditemukan dalam percakapan sehari-hari. Sehubungan dengan ini, Keraf (2005, hlm. 18--19) merumuskan lima prinsip

retorika yaitu: (1) penguasaan secara efektif sejumlah besar kosakata karena dengan penguasaan kata yang banyak akan semakin besar peluang untuk memilih kata yang paling tepat dan sesuai untuk mewadahi buah pikiran, (2) penguasaan secara aktif kaidah ketatabahasaan akan memungkinkan yang bersangkutan untuk mempergunakan macam-macam bentuk pengungkapan dengan nuansa dan konotasi yang berbeda, (3) mengenal dan menguasai bermacam gaya bahasa, dan mampu menciptakan gaya yang baru dan lebih hidup sehingga mampu menarik perhatian pembaca/pendengar, (4) memiliki kemampuan penalaran yang lebih baik sehingga gagasan yang disampaikan dalam suatu urutan yang teratur dan logis, dan (5) mengenal ketentuan-ketentuan teknis penyusunan komposisi tertulis sehingga mudah diikuti pembaca/pendengar dan menyenangkan.

Akan tetapi, penerapan kelima prinsip itu saja belum menjamin retorika yang digunakan menjadi menarik. Kekuatan sebuah retorika juga tergantung pada unsur-unsur yang mendukungnya. Dalam hal ini Kleden (dalam Semi, 1990, hlm. 11) mengatakan bahwa unsur-unsur yang mendukung kekuatan retorika adalah sebagai berikut ini; (1) bobot dan pentingnya pesan yang dikandungnya. Pesan yang tidak mempunyai daya guna dapat mengurangi bobot retorika. Bobot retorika diukur dari dimensi waktu, yaitu semakin lama berlakunya berarti retorika itu semakin penting dan semakin banyak melibatkan orang berarti semakin besar faedahnya; (2) kecerdasan dan kecerdikan; sesuatu yang kelihatannya sederhana dan jenaka, tetapi mengandung suatu pikiran yang cerdas. Sebaliknya, ucapan yang kedengarannya sungguh-sungguh, tetapi sebenarnya hanya kejenakaan saja; (3) *elokuensi*; kecekatan memilih kata-kata yang tepat untuk mengutarakan suatu maksud secara fasih dan bersih tanpa terhalang.

Apa yang diuraikan di atas harus menjadi perhatian setiap orang yang ingin menyampaikan gagasan secara efektif, efisien, dan “menggigit”. Dari uraian di atas dapat dimaknai bahwa kekuatan retorika pada dasarnya menyangkut bagaimana memilih gagasan yang bernas, bagaimana pemakai bahasa mengolah gagasan tersebut kemudian memilih kata, ungkapan atau kalimat yang paling tepat dan mengalirkannya secara lancar dan fasih sehingga secara keseluruhan penyampaian menjadi keseluruhan yang bulat dan bertenaga.

Jadi, persoalan menjadi pembawa acara tidak hanya persoalan nyaman dipandang, berkepribadian, cepat tanggap, dan percaya diri. Akan tetapi, lebih dari itu seorang pembawa acara hendaklah memiliki pengetahuan umum yang memadai. Berdasarkan pengalaman peneliti sendiri ketika pertama kali bertugas sebagai presenter di salah satu TV daerah di Indonesia pada akhir 2008, *product knowledge* menjadi keharusan yang tidak bisa ditawar dalam membawakan program acara bisnis. Namun, pengetahuan tentang selera pasar dan kondisi sosial lainnya serta budaya masyarakat dari daerah tersebut ternyata tak kalah penting dalam membawakan acara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan umum menjadi modal awal bagi seorang presenter maupun pembawa acara lainnya dalam memelihara kredibilitasnya sebagai seorang pewara.

Selain itu, pewara hendaknya menguasai seni berbahasa agar informasi yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh publik. Mengenai hal ini, Lay, dkk. (dalam Amant, 1999, hlm. 297) menyamakan retorika sebagai sebuah konsep dalam mengatur tatanan ide dalam satu cara tertentu untuk memperoleh hasil akhir yang diterima oleh audien. Kekhasan dalam menggunakan media bahasa, tidak hanya menyangkut apa yang disampaikan tetapi bagaimana menyampaikannya. Seni menggunakan bahasa merupakan masalah pokok dalam membawakan acara. Bahasa seorang pembawa acara harus memenuhi persyaratan kaidah-kaidah tertentu seperti kaidah sintaksis, kaidah makna, dan kaidah sosial.

Akan tetapi, berdasarkan observasi awal dari September 2013 hingga Desember 2014, 80 % dari pembawa acara seminar nasional dan internasional di sebuah universitas ternama di Jawa Barat, terkesan tidak mengindahkan kaidah-kaidah tersebut. Kejadian *mistake* dan *error* kerap terjadi di lapangan ketika seorang pewara sedang mengatur jalannya acara. Pada beberapa kali acara ditemukan 'ketidakmulusan' bahasa yang digunakan pewara ketika memberikan improvisasi terhadap *rundown* yang baru saja selesai. Kekeliruan berbahasa juga kerap muncul pada situasi-situasi tertentu yang bersifat situasional. Dengan demikian, kekeliruan tersebut membuat kesan seolah pewara belum profesional. Dari segi kaidah makna, muncul pengertian yang ambigu. Dari segi kaidah sosial, pembawa acara tidak mempertimbangkan status sosial serta tata norma

masyarakat seperti menggunakan kata-kata yang kurang santun sehingga peserta acara merasa tidak dihargai. Padahal pembawa acara harus memahami bahwa hakikat sebuah acara berkaitan erat dengan visi dan misi diselenggarakannya acara tersebut. Seorang pembawa acara harus mampu membuat peserta mengikuti acara tanpa merasa dipaksa agar apa yang menjadi tujuan penyelenggaraannya bisa tercapai.

Sehubungan dengan persoalan tersebut, sesungguhnya berbagai lembaga dan institusi sudah mencoba mencari solusi dari permasalahan tersebut dari dulu. Mata Kuliah Retorika yang membahas kepewaraan dijadikan mata kuliah wajib di Jurusan Bahasa Indonesia pada beberapa Universitas di Indonesia. Akan tetapi, keterbatasan usaha ini hanya berimbas kepada mahasiswa Jurusan Bahasa Indonesia saja.

Pada tahun 2013, sebuah universitas ternama di Sumatera mengadakan *workshop* dengan tema “Menjadi Pewara Handal”, dengan tujuan civitas akademika mahir menjadi pewara hingga berani tampil di depan umum. Akan tetapi, setelah *workshop* berakhir, yang sering menerima tawaran menjadi pembawa acara wirid Jumat di kampus masih orang-orang yang pernah menjadi pewara sebelumnya. Pada tahun yang sama, Pemprov sebuah kota besar di Indonesia juga menyelenggarakan pelatihan pewara di pusat provinsi. Acara ini diikuti oleh lebih dari 100 orang peserta. Angka ini sudah menunjukkan antusias masyarakat menyambut pelatihan. Akan tetapi, produk pelatihan belum menunjukkan hasil yang signifikan.

Satu tahun sebelumnya (2012), terjadi perkelahian pada sebuah acara *talkshow* yang ditayangkan langsung di sebuah stasiun TV swasta di Indonesia. Perkelahian ini terjadi ketika narasumber terlibat dalam dialog yang serius. Hal itu tentu disebabkan oleh kesalahan berkomunikasi. Kenyataan bahwa seorang narasumber kehilangan kontrol emosi kerap terjadi dalam membahas kasus politik. Beberapa tahun berikutnya persoalan serupa terjadi lagi di acara yang sama. Bagi seorang pembawa acara, seharusnya ada pilihan bahasa netral untuk kembali menstabilkan gejala emosional tersebut supaya perkelahian tidak memanjang dan

acara yang dibawakan tetap berjalan kondusif. Sayangnya, yang diharapkan ini tidak terjadi.

Dalam dunia yang serba digital akhir-akhir ini, mata pencarian mulai beorientasi ke arah digital. Banyak orang yang mulai terkenal melalui *youtube* dengan membuat *vlog* (*video blogging*), dan yang juga tak kalah digemari adalah siniar atau yang populer dengan sebutan *podcast*. Orang biasa, mantan presenter, mantan artis, maupun artis yang masih aktif, mahasiswa, dosen, mendadak menjadi pembawa acara melalui kedua media ini. Pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar dari isi materi mereka (*vlogger*) terlihat menarik tetapi menimbulkan rasa bosan setelah ditonton beberapa kali. Hal ini disebabkan karena gaya penyampaian yang monoton dan terkadang tidak sesuai dengan situasi dan kondisi. Pada *podcast*, disamping kurang aktual, pembawa acara *podcast* tidak mampu memberikan pertanyaan yang berbobot dan tidak bisa menguasai narasumber. Hal ini disayangkan karena secara personal pembawa acara yang diamati ini adalah artis papan atas yang sudah memiliki nama besar. Pada kolom review tidak ada yang melakukan protes secara langsung kepada pemilik *podcast* tersebut. Akan tetapi, hukum *broadcast* jauh lebih ‘kejam’ jika dibandingkan dengan hukum sosial. Orang akan ganti *channel* dan tidak akan mengikuti *channel* yang mereka buat. Akhirnya, pendapatan pemilik *vlog* dan *podcast* akan berkurang atau bahkan hilang.

Seorang produser selalu menekankan bahwa presenter adalah orang yang memiliki wawasan luas, memiliki kepribadian yang menarik, serta yang paling utama adalah mahir berbahasa. Sering muncul kebosanan ketika mendengarkan seseorang berbicara, tetapi selalu ada alasan untuk merasa nyaman ketika mendengarkan seorang presenter handal di layar kaca selama setengah jam penuh. Hal ini terjadi karena mereka memang tunduk pada sebuah aturan kuat bahwa; seorang calon presenter tidak boleh duduk di *kursi siar* jika bahasanya dinilai belum layak oleh produser. Jadi, di samping penampilan, bahasa merupakan hal utama yang harus dikontrol dalam menciptakan presenter baru. Begitu pentingnya keterampilan berbahasa dalam profesi ini. Oleh karena itu, penelitian mengenai retorika presenter yang handal perlu dilakukan.

Kajian mengenai retorika presenter ini, sudah diawali oleh Wulandari (2013) pada Karni Ilyas, seorang pembawa acara program *Indonesia Lawyers Club* dengan mengkaji aspek verbal dan *non-verbal* yang digunakannya. Dalam penelitian tersebut, pengkajian unsur verbal dianalisis dari sudut pandang diksi dan gaya bahasa. Penelitian linguistik terapan yang belum dikaitkan dengan pendidikan ini, mengilhami sebuah pengkajian lebih mendalam mengenai aspek verbal seorang presenter ketika berbicara tanpa terbatas pada diksi dan gaya bahasa saja. Dengan melibatkan metode persuasi dan unsur nonverbal yang lain, penelitian ini akan menggali kanon retorika presenter secara lebih spesifik sehingga mampu menjawab tantangan-tantangan dalam dunia berbicara khususnya kepewaraan.

Dari beberapa presenter televisi nasional, Najwa Shihab (selanjutnya disingkat NS) dipilih sebagai objek penelitian. NS tidak hanya dikenal karena keteraturan penggunaan bahasanya ketika membawakan acara, tetapi juga karena kekhasan dalam penyampaian yang tidak dimiliki oleh presenter lain, hingga mengantarkan acara mereka meraih *rating* tertinggi program acara televisi nasional. Hal inilah yang mendorong NS dijadikan objek dalam penelitian ini. Selain itu, kajian tentang kanon retorika presenter ini belum pernah dilakukan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, penelitian ini difokuskan pada kanon retorika presenter NS, yang di antaranya adalah *invention* (penemuan), *arrangement* (penyusunan), *style* (gaya), *delivery* (penyampaian), dan *memory* (ingatan). Secara khusus, *invention* terdiri atas topik dan argumen. *Arrangement* meliputi pembukaan, isi, dan penutup. *Style* akan dilihat dari aspek diksi, gaya bahasa, strategi bertutur, dialek dan idiom. *Delivery* berkaitan dengan olah vokal yang meliputi artikulasi, volume berbicara, nada, durasi, *rate*, *pause*, dan olah visual yang meliputi mimik, *gesture*, dan perawakan. Sedangkan yang terakhir adalah *memory* (ingatan). Di samping itu, penelitian ini juga difokuskan pada rancangan materi pelatihan pembawa acara.

C. Rumusan Masalah

Ada dua rumusan masalah dalam penelitian ini. Kedua rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah *invention* (penemuan), *arrangement* (penyusunan), *style* (gaya), *delivery* (penyampaian), dan *memory* (ingatan) dalam kanon retorika NS?
2. Bagaimanakah rancangan materi pelatihan pembawa acara berbasis retorika NS?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. mendapatkan data kanon *invention* (penemuan), *arrangement* (penyusunan), *style* (gaya), *delivery* (penyampaian), dan *memory* (ingatan), dalam retorika presenter NS;
2. menghasilkan rancangan materi pelatihan pembawa acara berbasis retorika NS.

E. Defenisi Operasional

Agar penelitian ini menjadi terarah, diperlukan dua defenisi operasional sesuai dengan variabel yang dikaji . Defenis-defenisi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kanon Retorika Presenter

Kanon retorika presenter merupakan hukum-hukum atau prinsip-prinsip seni berbahasa yang digunakan oleh seorang pembawa acara program televisi. Dalam penelitian bahasa lisan ini, kanon pertama menyangkut penemuan (*invention*), yaitu teknik menggali metode persuasi yang tepat. Bagian yang harus diperhatikan adalah topik, argumen (materi) dan bukti yang digunakan presenter ketika membawa acara. Kanon kedua berkaitan dengan teknik penyusunan atau pengaturan yang digunakan presenter ketika membawakan acara, yang terdiri atas pembuka, isi, dan penutup. Kanon

ketiga berkaitan dengan *style* atau gaya presenter dalam membawakan acara. Gaya berkaitan dengan diksi, majas dan strategi bertutur yang digunakan. Kanon keempat menyangkut teknik penyampaian presenter dalam membawakan acara. Penyampaian dipengaruhi oleh unsur-unsur *non-verbal* seperti kontak (kontak mata dan mental), olah vokal (kejelasan, keragaman, ritma), dan olah visual (mimik, gestur dan alat visual). Sedangkan kanon kelima adalah ingatan (*memory*) yang menggambarkan penyimpanan informasi dalam benak presenter.

2. Materi Pelatihan Pembawa Acara

Materi pelatihan pembawa acara dapat dipahami sebagai bahan-bahan atau bagian dari program yang disusun secara sistematis untuk meningkatkan kompetensi seseorang (peserta pelatihan) dalam membawakan acara.

Materi pelatihan ini terdiri dari; (1) peta materi dan waktu, sebagai panduan untuk melatih materi, (2) tujuan umum yang menunjukkan tujuan pencapaian setelah materi dilatihkan, (3) tujuan khusus yang menunjukkan tujuan pencapaian setelah menguasai sub materi dilatihkan, (4) materi yang harus dikuasai dan (5) penugasan yang berfungsi untuk pengayaan bagi peserta pelatihan

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat digolongkan ke dalam dua jenis, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat dalam pengembangan teoretis. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut.

- 1.1. Pada retorika konvensional, acara selalu diawali dengan salam dan diakhiri kembali dengan mengucapkan salam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembukaan diawali dengan syair dan diakhiri kembali dengan syair. Salam terlihat sebagai unsur yang tidak mutlak pada penelitian ini. Syair

pada bagian pembukaan berisi tentang narasi dan cenderung disudahi dengan pertanyaan. Selain lebih menarik penggunaan pertanyaan ini mengundang rasa ingin tahu. Di samping itu, acara tidak ditutup dengan mengucapkan sampai jumpa, atau meminta kehadiran audien di acara berikutnya. Akan tetapi ditutup dengan menyampaikan kesimpulan dan ajakan dengan menggunakan bahasa yang menawan. Untaian kesimpulan dan pesan-pesan membawa perasaan dalam format yang tidak lazim, bisa mengungkapkan sampai jumpa tanpa harus mengucapkannya.

- 1.2. Pada retorika konvensional orator menyampaikan bukti dengan cerita atau narasi yang disampaikan secara verbal. Pada penelitian ini, argumen dipertontonkan dengan tayangan video sehingga kebenaran itu terlihat nyata di hadapan khalayak.
- 1.3. Pada retorika konvensional majas digunakan untuk kepentingan estetika, sedangkan dalam penelitian ini majas digunakan agar penyampaian menjadi lebih santun, estetik, cerdas, menjelaskan konsep.
- 1.4. Pada retorika konvensional, pembawa acara harus menarik, sehingga pelatihan ditujukan ke sistematika, keruntutan, dan kerapian penampilan. Pada penelitian ini pelatihan ditujukan untuk melatih kreatifitas dan kemampuan berpikir, agar pembawa acara mampu berpikir cerdas.

2. Manfaat Praktis

Di samping memberikan manfaat secara teoretis, penelitian juga memberikan manfaat praktis. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut.

- 2.1. Bagi pihak pengambil keputusan dan pengelola pendidikan/ pelatihan pewara, hasil penelitian berupa produk materi pelatihan dapat dijadikan alternatif untuk diimplementasikan pada pelatihan-pelatihan pewara.
- 2.2. Bagi peserta pelatihan, digunakannya materi pelatihan berbasis retorika presenter NS diharapkan dapat membantu memahami materi *public speaking* secara komprehensif sehingga dapat meningkatkan keterampilan membawa acaranya.

2.3. Bagi dosen retorika/instruktur pelatihan, materi pelatihan yang diperkenalkan ini dapat membantu tenaga pengajar menghasilkan pembelajaran/pelatihan yang lebih efektif.