

BAB 2

PEMBELAJARAN MENULIS TEKS PIDATO PERSUASIF MELALUI PEMAHAMAN *CAN DO*

2.1 Ihwal Pidato

2.1.1 Pengertian Pidato

Pidato adalah pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada orang banyak (<http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>). Pidato adalah penyajian lisan kepada sekelompok masa. Seorang bicara secara langsung di atas podium atau mimbar dan isi pembicaraannya diarahkan pada orang banyak (Nurhayati, <http://afin.blogmalhikdua.com>).

Pidato termasuk ilmu monologika. Hal ini sejalan dengan paparan Hendrikus (2009:36). Dia menyebutkan dalam bukunya yang berjudul *Retorika: Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, dan Bernegosiasi* bahwa monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog; hanya satu orang yang berbicara, pembicaraan berlangsung searah. Kegiatan komunikasi lisan yang tergolong dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, ceramah dan deklamasi (Hendrikus, 2009:36).

Dapat disimpulkan bahwa pidato termasuk dalam ilmu monologika berupa kegiatan pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada banyak orang.

2.1.2 Jenis-jenis Pidato

Juanda dalam bukunya *Intisari Bahasa dan Sastra Indonesia untuk SMA* (2007:96) memaparkan bahwa berdasarkan metode penyampaiannya pidato terbagi ke dalam empat jenis.

1) Impromptu

Pidato Impromptu disebut juga metode pidato spontan atau pidato serta merta. Pidato impromptu disampaikan dengan tanpa persiapan. Pembicara secara langsung berbicara berdasarkan kemampuan seadanya.

2) Membaca Naskah

Pidato ini sering pula disebut pidato manuskrip. Pidato ini umumnya dilakukan oleh pejabat negara. Pidato membacakan naskah dilakukan untuk menghindari kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi.

3) Menghapal

Metode menghapal disebut juga memoriter. Metode ini dilakukan dengan penuh persiapan. Naskah yang akan dipidatikan dipersiapkan lebih dahulu kemudian dihapalkan kata demi kata.

4) Ekstemporan

Metode Ekstemporan dilakukan dengan cara menuliskan pokok-pokok pikiran yang akan dipidatikan. Juru pidato kemudian menyampaikan masalah yang telah disampaikan itu dengan kata-katanya sendiri. Ia menggunakan catatan itu untuk mengingatkannya tentang urutan dan ide-ide penting yang hendak disampaikan.

Dari paparan tersebut dapat dimaknai bahwa kualitas pidato dengan cara membaca naskah sangat ditentukan oleh kualitas teks pidato, oleh karena itu keterampilan menulis teks pidato sangatlah penting untuk dikuasai.

2.1.3 Manfaat dan Tujuan Pidato

Hendrikus (2009:18) memaparkan berbagai manfaat mempelajari ilmu retorika, di antaranya:

- 1) rasa tertekan, tegang, takut dan cemas di depan publik dapat dikurangi dan dilenyapkan;
- 2) kesadaran dan kepercayaan diri dapat semakin bertambah;
- 3) mengalami perkembangan dalam hal teknik suara;
- 4) artikulasi dalam mengucapkan kata-kata menjadi lebih jelas;
- 5) lebih mudah mendapat pengakuan dan penghargaan dari orang lain;
- 6) memperoleh kemungkinan lebih besar untuk menanamkan pengaruh;
- 7) lewat proses komunikasi retorik dapat terbina sikap objektif dan toleran.

Dapat disimpulkan bahwa mempelajari pidato sangatlah penting bagi kehidupan manusia.

Pidato sebagai bagian dari seni berbicara dan menulis memiliki tujuan yang sama dengan kedua keterampilan berbahasa tersebut. Berikut merupakan tujuan dari kegiatan menulis menurut Hugo Hartig (dalam Setiawati, 2007:10): 1) *Assignment purpose* 2) *Altruistic purpose* 3) *Persuasive purpose* 4) *Informational purpose* 5) *Self-expressive purpose* 6)

Creative purpose 7) *Problem-solving purpose* (lihat sub-bab 2.3.2 Manfaat dan Tujuan Menulis -pen).

2.1.4 Ciri-ciri Pidato yang Baik

Pidato harus dirancang dalam struktur yang mudah diikuti jika Anda ingin penerima pesan mendengarkan kata-kata Anda (Fujishin, 2009:125).

Dalam bukunya *Retorika: Terapi berpidato, berdiskusi, berargumentasi bernegosiasi*. Hendrikus (2009:51) memaparkan 9 hal yang mencirikan suatu pidato yang dianggap baik.

1) Saklek

Pidato itu saklek apabila memiliki objektivitas tinggi. Saklek juga berarti ada hubungan yang serasi antara isi pidato dengan kata-kata yang dipakai sehingga indah terdengar, tapi bukan berarti dihiasi dengan gaya bahasa yang berlebih-lebihan. Akhirnya saklek juga berarti ada hubungan yang jelas antara pembeberan masalah dengan fakta dan pendapat atau penilaian pribadi.

2) Jelas

Ketentuan sejak zaman kuno menyatakan bahwa pembicara harus mengungkapkan pemikirannya sedemikian rupa, sehingga tidak hanya sedapat mungkin isinya dimengerti, tetapi juga jangan sampai ada kemungkinan untuk tidak dimengerti. Oleh karena

itu, pembicara harus memilih ungkapan dan susunan kalimat yang tepat dan jelas untuk menghindari salah pengertian.

3) 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) Memiliki Tujuan

Setiap pidato harus memiliki tujuan (motif pidato). Tujuan ini harus dirumuskan dalam satu dua pemikiran pokok. Dalam membawakan pidato, tujuan ini hendaknya sering diulang dalam rumusan berbeda, sehingga pendengar tidak kehilangan benang merah selama mendengarkan pidato. Kalimat-kalimat yang menggambarkan tujuan dan kalimat-kalimat pada bagian penutup pidato harus dirumuskan secara singkat, jelas tapi padat. Dalam satu pidato tidak boleh disodorkan terlalu banyak tujuan dan pikiran pokok. Lebih baik disodorkan satu pikiran dan tujuan yang jelas sehingga mudah diingat, daripada sepuluh pikiran yang tidak jelas sehingga mudah dilupakan.

5) Memiliki Klimaks

Suatu pidato yang hanya membeberkan kejadian demi kejadian atau kenyataan demi kenyataan, akan sangat membosankan. Oleh karena itu sebaiknya kenyataan atau kejadian-kejadian itu dikemukakan dalam gaya bahasa yang memperhatikan *keklimaksan*. Berusahalah menciptakan titik-titik puncak dalam pidato untuk memperbesar ketegangan dan rasa ingin tahu pendengar. Selama masa persiapan, titik-titik puncak harus dirumuskan sebaik dan sejelas mungkin.

6) Memiliki Pengulangan

Pengulangan atau *redudans* itu penting, karena dapat memperkuat isi pidato dan memperjelas pengertian pendengar. Pengulangan itu juga menyebabkan pokok-pokok pidato tidak segera dilupakan. Suatu pengulangan yang dirumuskan secara baik akan memberi efek yang besar dalam ingatan para pendengar. Tetapi perlu diperhatikan bahwa yang dimaksudkan terutama adalah pengulangan isi pesan bukan rumusan. Ini berarti isi dan arti tetap sama, akan tetapi dirumuskan dengan mempergunakan bahasa yang berbeda.

7) Berisi Hal-hal yang Mengejutkan

Sesuatu itu disebut mengejutkan adalah jika hal yang diungkapkan belum pernah ada dan terjadi sebelumnya, atau jika meskipun masalahnya biasa dan terkenal, tetapi ditempatkan

dalam konteks atau relasi yang baru dan menarik. Memunculkan hal-hal yang mengejutkan dalam pidato berarti menciptakan hubungan yang baru dan menarik antara kenyataan-kenyataan yang dalam situasi biasa tidak dapat dilihat. Hal-hal yang mengejutkan itu dapat menimbulkan ketegangan yang menarik dan rasa ingin tahu yang besar, tetapi tidak dimaksudkan sebagai sensasi.

8) Singkat tapi Padat

Orang tidak boleh membeberkan segala soal atau masalah dalam satu pidato. Oleh karena itu pidato harus dibatasi pada satu atau dua soal yang tertentu saja. Pidato yang isinya terlalu luas akan menjadi dangkal.

9) Mengandung Humor

Humor dalam pidato itu perlu, tetapi tidak boleh terlalu banyak, sehingga memberi kesan bahwa pembicara tidak bersungguh-sungguh. Humor itu dapat menghidupkan pidato dan memberi kesan yang tak terlupakan pada para pendengar. Humor juga dapat menyegarkan pikiran pendengar, sehingga mencurahkan perhatian yang lebih besar kepada pidato selanjutnya.

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa pidato yang baik adalah pidato yang saklek, jelas, hidup, memiliki tujuan yang jelas, bergaya klimaks, memiliki pengulangan, mengandung hal-hal yang mengejutkan,

singkat tapi padat, dan mengandung humor serta dirancang dalam struktur yang mudah diikuti.

2.2 Ihwal Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yg dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak (<http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>). Komunikasi adalah proses pengalihan makna antarpribadi manusia atau tukar-menukar berita dalam sistem informasi (Predigtlehre dalam Hendrikus, 2009:40).

Komunikasi adalah proses mengirim dan menerima pesan. Pengirim mengirim pesan melalui saluran, di dalam lingkungan tertentu, kepada penerima. Penerima merespon dengan umpan balik kepada pengirim, dan gangguan komunikasi (*noise*) bisa mengganggu ketepatan atau keakuratan pesan (Fujishin, 2009:4-5).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pengalihan makna antarpribadi manusia melalui proses mengirim dan menerima pesan antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

2.2.2 Komponen Komunikasi

Fujishin dalam bukunya *Smart Public Speaker: Seni Berbicara di Muka Umum* (2009:5-6) memaparkan tujuh komponen komunikasi:

1) Pengirim Pesan

Pengirim adalah yang memulai menyampaikan pesan. Dalam model komunikasi lain, pengirim bisa juga disebut sumber pesan. Proses komunikasi dimulai dari sini dengan pembicara yang ingin mengomunikasikan sebuah idea tau perasaan.

2) Pesan

Ide atau perasaan yang ingin disampaikan pengirim disebut pesan. Pesan bisa berupa ide, pikiran, emosi atau perasaan yang ingin dikomunikasikan pengirim.

3) Lingkungan

Lingkungan bisa berupa waktu dan tempat terjadinya peristiwa komunikasi. Waktu saat peristiwa komunikasi terjadi dapat mempengaruhi komunikasi antar manusia.

4) Saluran

Saluran adalah alat yang dipakai untuk mengirim pesan. Pesan bisa dikirimkan melalui saluran pendengaran, penglihatan, penciuman, pengecap, dan sentuhan.

5) Penerima Pesan

Tujuan pengiriman pesan adalah kepada penerima pesan. Tanpa penerima pesan komunikasi tidak akan terjadi. Penerima pesan harus menerima pesan dan membaca sandi pesan. Membaca sandi adalah proses menerjemahkan pesan sehingga pesan itu memiliki makna bagi penerimanya.

6) Umpan balik

Respon penerima kepada pengirim disebut umpan balik. Walaupun umpan balik sebenarnya adalah pesan dari penerima kepada pengirim, tapi istilah ini membantu kita melihat gerakan sirkuler model komunikasi ini.

7) Gangguan komunikasi

Gangguan komunikasi adalah semua gangguan dalam proses komunikasi. Gangguan komunikasi eksternal adalah semua gangguan fisik yang mengurangi atau mereduksi makna pesan, gangguan komunikasi internal adalah gangguan psikologis atau semantik yang menyebabkan pengirim atau penerima salah menandakan ide atau menginterpretasikan pesan.

Hendrikus dalam bukunya *Retorika: Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi* (2009:40) memaparkan bahwa ada empat komponen utama komunikasi:

- 1) Komunikator, orang atau pribadi yang mengatakan, mengucapkan, atau menyampaikan sebuah informasi.
- 2) Pesan, sebuah informasi yang disampaikan oleh komunikator.
- 3) Resipiens, orang yang mendengar atau menerima sebuah informasi yang diucapkan atau disampaikan oleh komunikator.
- 4) Medium, cara yang digunakan komunikator untuk menyampaikan sebuah informasi.

Penyampaian pesan dari komunikator kepada penerima pesan melalui proses kodifikasi dan dekodifikasi. Hendrikus (2009:41) memaparkan bahwa kodifikasi adalah proses menerjemahkan isi pikiran ke dalam bentuk kode-kode tertentu, sedangkan dekodifikasi adalah proses penerima pesan menerjemahkan kode-kode tertentu yang disampaikan oleh komunikator .

Secara singkat dapat dijabarkan bahwa komponen komunikasi adalah pengirim (komunikator), pesan, lingkungan, saluran (media), penerima (hadirin/*respiens*), umpan balik, dan gangguan komunikasi.

2.3 Ihwal Menulis

2.3.1 Pengertian Menulis

Menulis adalah membuat huruf, angka, dan sebagainya dengan pena, pensil, kapur, dan sebagainya untuk melahirkan pikiran atau perasaan seperti mengarang, dan membuat surat. (<http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>).

Menulis merupakan suatu keterampilan berbahasa yang digunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung. Lebih lanjut dikatakan bahwa menulis adalah melukiskan lambang-lambang grafik yang menggambarkan suatu bahasa yang dipahami seseorang sehingga orang lain dapat membaca lambang-lambang grafik tersebut kalau mereka memahami bahan dan gambaran grafik itu (Tarigan, 1994:3).

Menulis merupakan proses perubahan bentuk pikiran, angan-angan, dan perasaan untuk menjadi wujud lambang, tanda, tulisan. Lebih lanjut dikatakannya bahwa menulis merupakan kegiatan pengungkapan gagasan secara tertulis yang berbeda dengan kegiatan pengungkapan secara lisan (Suhendar dalam Setiawati, 2007:8).

2.3.2 Manfaat dan Tujuan Menulis

Akhadiah, dkk. (1995:2) memaparkan 8 manfaat menulis yaitu

- 1) dapat mengenali kemampuan dan potensi diri kita.
- 2) dapat mengembangkan berbagai gagasan.
- 3) memaksa kita lebih banyak menyerap, mencari, serta menguasai informasi sehubungan dengan topik yang ditulis.
- 4) berarti mengorganisasikan gagasan secara sistem serta mengungkapkannya secara tersurat.
- 5) tulisan akan dapat meninjau serta menilai gagasan secara objektif.
- 6) akan lebih mudah memecahkan masalah, yaitu dengan menganalisisnya secara tersurat, dalam konteks yang lebih konkret.
- 7) mengenai suatu topik mendorong belajar secara aktif.
- 8) membiasakan berpikir dan berbahasa tertib.

Dapat disimpulkan bahwa menulis memiliki banyak manfaat bagi kehidupan manusia. Secara khusus, poin 4,5, dan 8 memiliki manfaat dalam pembelajaran menyusun teks pidato persuasif, peneliti beranggapan bahwa

kegiatan menulis dapat menjadikan sebuah pidato lebih tersusun dan terangkai dengan baik.

Tujuan menulis menurut Hugo Hartig (dalam Setiawati, 2007:9) adalah sebagai berikut.

- 1) *Assignment purpose* (tujuan penugasan). Tujuan penugasan ini sebenarnya tidak mempunyai tujuan sama sekali. Penulis menulis sesuatu karena ditugaskan, bukan atas kemampuan sendiri.
- 2) *Altruistic purpose* (tujuan altruistik). Penulis bertujuan untuk menyenangkan para pembaca, menghindarkan kedukaan para pembaca, ingin mendorong para pembaca memahami, menghargai perasaan, dan penalarannya, ingin membuat hidup para pembaca lebih mudah dan lebih menyenangkan dengan karyanya.
- 3) *Persuasive purpose* (tujuan persuasif). Tujuan yang bertujuan meyakinkan para pembaca akan kebenaran gagasan yang diutarakan.
- 4) *Informational purpose* (tujuan informasional, tujuan penerangan). Tulisan yang bertujuan memberi informasi atau penerangan/keterangan kepada para pembaca.
- 5) *Self-expressive purpose* (tujuan pernyataan diri). Tulisan yang bertujuan memperkenalkan atau menyatakan diri sang pengarang kepada para pembaca.

6) *Creative purpose* (tujuan kreatif). Tujuan ini erat hubungannya dengan tujuan pernyataan diri. Tetapi “keinginan kreatif” di sini melebihi pernyataan diri dan melibatkan dirinya dengan keinginan mencapai norma artistik atau seni yang ideal, seni idaman. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa tulisan *creative purpose* adalah tulisan yang bertujuan mencapai nilai-nilai artistik/nilai-nilai kesenian.

7) *Problem-solving purpose* (tujuan pemecahan masalah). Dalam tulisan ini sang penulis ingin menjelaskan, menjernihkan, menjelajahi, serta meneliti secara cermat pikiran-pikiran dan gagasan-gagasannya sendiri agar dapat dimengerti dan diterima oleh para pembaca.

Berdasarkan pendapat Hugo Hartig di atas dapat dijelaskan secara singkat bahwa menulis bertujuan untuk penugasan, altruistik, persuasif, informasional, pernyataan diri, kreatif, dan pemecahan masalah. Tujuan persuasif dalam menulis sangat berkaitan dengan keterampilan menyusun teks pidato persuasif.

2.4 Ihwal Persuasif

2.4.1 Pengertian Persuasif

Persuasif adalah bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin) (<http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>). Paragraf Persuasi merupakan paragraf yang berisi imbauan atau ajakan kepada orang lain

untuk melakukan sesuatu seperti yang diharapkan oleh penulisnya (<http://tjakroek.blogspot.com>). Persuasi adalah proses berusaha untuk mengubah kepercayaan atau perilaku orang lain (Fujishin, 2009:210).

Berdasarkan definisi-definisi di atas, peneliti memahami persuasif sebagai proses mengubah kepercayaan atau perilaku orang lain melalui imbauan dan ajakan agar orang tersebut menjadi yakin.

2.4.2 Tujuan Bahasa Persuasif

Peneliti sejalan dengan pendapat Fujishin perihal tujuan bahasa persuasif, Fujishin (2009:211) menyebutkan bahwa “Tujuan persuasif adalah untuk memperkuat kepercayaan yang sudah ada, mengubah kepercayaan, dan memotivasi untuk bertindak”.

2.4.3 Pola Pidato Persuasif

Fujishin menjabarkan 5 langkah Rangkaian Motivasi Monroe (*Monroe's Motivated Sequence*) karya Alan Monroe dalam bukunya *Smart Public Speaker: Seni Berbicara di Muka Umum* (2009:228):

- 1) Mendapatkan Perhatian. Cara memperoleh perhatian dan memfokuskan perhatian hadirin pada masalah spesifik yang sedang dihadapi bisa dicapai dengan memaparkan pertanyaan, cerita, statistik atau fakta yang mengejutkan, bisa juga dengan menggunakan alat bantu visual atau membuat referensi koneksi

khusus pada penerima pesan. Cara tersebut akan membuat penerima pesan siap dan bersedia mendengarkan pidato Anda.

2) Membangun Kebutuhan. Cara membuat penerima pesan merasa membutuhkan perubahan adalah dengan memperlihatkan bahwa ada masalah serius yang harus diselesaikan. Dengan demikian penerima pesan merasa ada sesuatu harus dilakukan atau dipelajari. Hal itu bisa dicapai dengan tiga langkah berikut, 1) nyatakan kebutuhan yang sudah eksis atau akan eksis, 2) beri ilustrasi kebutuhan ini dengan contoh, statistik, atau testimoni ahli, 3) perlihatkan bagaimana sebuah kebutuhan dapat mempengaruhi penerima pesan.

3) Memuaskan Kebutuhan. Setelah mendapatkan perhatian penerima pesan dan membuktikan kebutuhan relevan yang secara personal penting bagi mereka, maka langkah selanjutnya adalah mengusulkan sebuah cara untuk memuaskan kebutuhan yang telah dipaparkan. Dalam langkah pemenuhan kebutuhan inilah seorang komunikator menyajikan solusi-solusi atas masalah yang telah dipaparkan. Ini adalah langkah paling penting dalam rangkaian ini, karena pada tahap ini seorang komunikator memberikan penerima pesan sebuah solusi untuk mengubah sikap dan kepercayaan mereka atau memotivasi mereka untuk bertindak. Solusi yang dipaparkan haruslah spesifik agar mudah dicerna oleh penerima pesan.

4) Memvisualisasi Kebutuhan. Setelah mempresentasikan solusi atas sebuah masalah, langkah selanjutnya adalah memperkuat kepercayaan dan perasaan penerima pesan dengan benar-benar memperlihatkan kepada mereka bagaimana sebuah solusi akan bermanfaat bagi mereka. Pada saat ini komunikator menggerakkan pikiran penerima pesan menuju masa depan. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan mendeskripsikan seperti apa masa depan yang positif jika usulan yang dipaparkan dianut. Cara lain yang bisa digunakan adalah dengan mendeskripsikan masa depan yang lebih buruk jika mereka gagal mengadopsi sebuah solusi atas masalahnya.

5) Meminta untuk Bertindak. Langkah terakhir rangkaian motivasi ini adalah dengan meminta langsung kepada penerima pesan untuk bergerak ke arah tertentu, baik dalam pikiran atau tindakan. Nyatakan apa yang sebenarnya diinginkan untuk dilakukan atau diyakini oleh penerima pesan dengan cara memberi pedoman spesifik tentang bagaimana mereka akan mencapai hasil yang diinginkan. Gunakan imbauan emosional yang kuat selama langkah terakhir ini. Kali ini waktunya untuk langsung, positif, dan kuat.

Dapat dijelaskan secara singkat bahwa langkah-langkah membangun pidato persuasif adalah 1) mendapatkan perhatian, 2) membangun

kebutuhan, 3) memuaskan kebutuhan, 4) memvisualisasi kebutuhan yang dipenuhi, 5) meminta untuk bertindak.

2.4.4 Imbauan Logis dan Emosional

Fujishin dalam bukunya *Smart Public Spaker: Seni Berbicara di Depan Umum* (2009:213-221) memaparkan bahwa lima area imbauan emosional adalah seks, konformitas, kesejahteraan, kesenangan, dan pertumbuhan sosial, sedangkan imbauan logis adalah imbauan yang didasarkan penalaran (bukti, statistik testimoni, dll).

2.5 CAN DO

2.5.1 Pengertian CAN DO

Andrew Leigh dalam bukunya yang berjudul *Charisma Effect: Agar Siapapun Terkesan dan Terkesima kepada Anda* (2009:31) memaparkan *CAN DO* sebagai strategi komunikasi untuk merumuskan tujuan komunikasi, berikut kriteria *CAN DO*.

- 1) *Clear* (Jelas): Dapat dirumuskan secara ringkas;
- 2) *Achievable* (bisa dicapai): Anda merasa mampu mencapainya;
- 3) *Needed* (diperlukan): anda benar-benar ingin mencapainya;
- 4) *Divisible* (dapat dijabarkan): bisa dirinci menjadi tujuan-tujuan yang lebih kecil;
- 5) *Outcome* (hasilnya konkret): bisa dijelaskan rupa, bunyi, dan rasanya.

2.5.2 Tujuan dan Manfaat Pemahaman *CAN DO*

Andrew Leigh memaparkan dalam bukunya yang berjudul *Charisma Effect: Agar Siapapun Terkesima dan Terkesan Kepada Anda* (2009:31) bahwa dalam menentukan tujuan komunikasi gunakan kriteria *CAN DO*. Leigh (2009:31) juga memaparkan “Gunakan kriteria *CAN DO* kapan pun Anda ingin menciptakan atau mewujudkan pengaruh pribadi yang benar-benar penting”.

Dapat disimpulkan bahwa pemahaman *CAN DO* adalah sebuah strategi komunikasi yang bertujuan untuk menjadikan komunikasi kita menjadi lebih terarah, termasuk dalam komunikasi retorik; pidato. Hal tersebut tentunya sangat bermanfaat demi berjalannya sebuah komunikasi yang efektif.

2.5.3 Pemahaman *CAN DO* dalam Pembelajaran Menulis Teks Pidato Persuasif

Telah disebutkan sebelumnya bahwa tujuan komunikasi persuasif adalah untuk memperkuat paradigma seseorang, mengubah paradigma seseorang, dan memotivasi mereka untuk bertindak (Fujishin, 2009:211). Komunikasi persuasif dirasa sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, karena individu dalam sebuah komunitas harus diarahkan agar memiliki fungsi dan peran dalam sebuah komunitas tersebut.

Bahasa yang dipakai untuk mengajak atau menghimbau seseorang pastilah memiliki karakteristik tertentu yang tentu saja berbeda dengan gaya

bahasa lain. Pemahaman *CAN DO*; *Clear, Achievable, Needed, Divisible*, dan *Outcome* sangatlah pas sebagai acuan untuk membentuk sebuah komunikasi persuasif.

Dapat disimpulkan bahwa peran pemahaman *CAN DO* dalam menulis teks pidato persuasif adalah agar bahasa persuasif dapat:

- 1) lebih dipahami oleh penerima pesan (*clear*);
- 2) diterima oleh penerima pesan (*achievable*);
- 3) menghadirkan “rasa ingin” bergerak atau berubah di pihak penerima pesan (*needed*);
- 4) terlihat sederhana di mata penerima pesan karena dijabarkan dalam hal yang lebih rinci (*divisible*);
- 5) menjadikan penerima pesan memiliki tujuan yang jelas (*outcome*).