BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, bahkan komunikasi merupakan kebutuhan hakiki bagi kehidupan manusia. Tidak dapat dibayangkan kehidupan manusia dapat bertahan tanpa melakukan komunikasi.

Seperti yang dikemukakan Hardjo Sumitro bahwa komunikasi mempengaruhi seluruh manusia. Sebagai kerangka acuan untuk membentuk pendapat, menentukan sikap dan memutuskan tindakan, sebagian terbesar di dapat dari informasi melalui komunikasi. (Hardjo Sumitro, 1992 ; 29).

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Berbicara tentang pengertian komunikasi, tidak ada definisi benar ataupun salah. definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi komunikasi mungkin sempit, misalnya " komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik " dan terlalu luas, misalnya " komunikasi adalah interaksi antara dua mahluk hidup atau lebih, sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk juga hewan, tanaman atau bahkan jin. Pada permasalahan ini yang akan dibahas adalah kamunikasi manusia atau *Human Communication.*

Istilah komunikasi atau *Communication* secara etimologis menurut Sir Gerald Barry berasal dari kata kerja latin *Communicare*, artinya *To talk together, corfer, discurse and consult with another,* perkataan ini menurut Barry ada hubungannya dengan perkataan Latin yang lain Comunitas, yang berarti "*Not only community but also fellowship and justice in mens dealing with one another"*

Menurut Wilbur Schram, istilah *Communication* berasal dari dari perkataan Latin, *Communis* yang berarti *common* atau sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi menurut Wilbur Schram jika kita melakukan komunikasi dengan sesuatu pihak, maka kita menyatukan gagasan kita untuk memproleh *commenes* atau kesamaan dengan pihak lain mengenai sesuatu objek tertentu. Jadi kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa percakapan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna yang bawakan oleh bahasa itu.

Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Akan tetapi baik pengertian komunikasi dari Wilbur Schram maupun pengertian komunikasi dari Sir Gerald Barry, pada hakekatnya tidak mempunyai perbedaan prinsipil, oleh karena jika kita bermaksud hendak mempersamakan (*Communis*) gagasan kita dengan pihak lain, sudah tentu dilaksanakan dengan jalan menyatakan (*Communicare*) kepada pihak lain. Jadi pengertian yang

diberikan oleh Sir Gerald Barry dan Wilbur Schram pada hakekatnya adalah sama.

Di antara para ahli sosiologi, psikologi dan ahli politik di Ameriaka Serikat (AS), yang menaruh minat pada perkembangan komunikasi adalah Carl I Hovland, menurutnya ilmu komunikasi secara istilah adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap, ini menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik yang dalam kehidupan sosial politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasi sendiri mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah prilaku orang lain.

Harold Lasswell dalam bukunya *The Structur and Function of Communication In Society*, mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut : " *who says what in wich channel to whom with what effect?* Paradigma Lasswell di atas menujukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan itu, yakni :

- Komunikator (*Communicator, Source, Sender*).
- Pesan (*Message*).
- Media (C*hannel*)
- Komunikan (*Communican, Communicare, Reciver, Recipient*).
- Effek (*Effect,Impact, Influence*).

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Menurut Everett M. Rogers bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide di alihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Cangara, 1998 : 18). Ia beranggapan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengalihan ide atau gagasan dari sumber kepada orang lain baik satu atau beberapa orang dengan harapan dapat melakukan perubahan terhadap tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrance Kincaid, yang pada akhirnya melahirkan sebuah definisi baru komunikasi, menurut mereka komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 1998 : 19).

Dari definisi yang dikemukakan oleh Hovlad, Lasswell maupun Rogers pada akhirnya mereka memiliki titik temu yang sama perihal komunikasi yakni efek yang di timbulkan oleh komunikasi tersebut. Efek dimaksud adalah perubahan tingkah laku.

2.1.2 Proses Komunikasi

Gejala dari suatu proses adalah bahwa proses tidak dapat atau sulit diketahui kapan mulainya dan kapan berakhinya. David K. Berlo mengatakan *Chikens and eggs prosess* atau kita berpikir mana yang lebih dulu, apakah ayam

atau telur?. Begitupun dengan komunikasi sebagai ilmu yang berproses, artinya peristiwa atau perubahan yang saling menyusul. Jadi, sebagai sutu proses, komunikasi adalah tumbuh, berganti, bergerak, dan dominian seterusnya sampai dunia ini berakhir.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi , opini, dan lain–lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kehawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Untuk selanjutnya proses komunikasi terbagi kedalam 2 tahap yakni :

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer atau proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa , kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya. Yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator pada komunikan.

Media primer atau lambang yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah bahasa, akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang.

Kata-kata mengandung dua jenis pengertian yaitu pengertian denotatif atau yang mengandung arti sebgaimana tercantum dalam kamus dan diterima secara umum oleh banyak orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Dan pengertian konotatif atau yang mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu. Menurut Scott M.Cutlip dan Allen H. Center " kata- kata dapat menjadi dinamit " terbukti bahwa kesalahan dalam menterjemahkan sebuah pesan oleh pemerintah Jepang sewaktu perang dunia II telah menyebabkan Hirosima dijatuhi bom atom. Perkataan ***Mokusastu*** yang dipergunakan oleh pemerintah Jepang agar menyerah, diterjemahkan oleh kantor berita Domai menjadi Ignore (mengabaikan) alih alih makna sebenarnya "jangan memberi komentar sampai keputusan diambil". Demikian sebuah ilustrasi yang menunjukan betapa pentingnya bahasa dalam proses komunikasi.

Proses komunikasi terjadi ketika komunikator menyandi (*encode*) pesan yang disampaikan kepada komunikan. Ia memformulasikan pikiran dan atau perasaan ke dalam lambang (*bahasa*), yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan kemudian menjadi giliran komunikasi untuk mengawa sandi (*decode*) pesan dari komunikator itu.

Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator ke dalam konteks pengertiannya. Dalam proses itu komunikator berfungsi sebagai penyandi (*encoder*), dan komunikan berfungsi sebagai pengawa sandi (*decoder*).

Wilbur Schram menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame Of Reference*), yakni paduan dan pengertian yang pernah diproleh komunikan.

Ketika komunikator dan komunikan saling memberikan tanggapan terhadap pesan yang di sampaikan maka terjadi umpan balik atau arus balik (*feed back*). Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang di lancarkan oleh komunikator, oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau bersifat negatif umpan balik adalah tanggapan atau respon atau reaksi komunikan yang menyenangkan komunikator sehingga komunikasi berjalan lancar. Sebaliknya umpan balik atau tanggapan yang tidak menyenangkan komunikatornya sehingga komunikator enggan melanjutkan komunikasinya.

Seperti halnya dengan penyampaian pesan secara verbal, dengan menggunakan kial, isyarat, warna, umpan balikpun dapat disampaikan oleh komunikan secara verbal atau secara nonverbal.

b. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, televisi, radio, film dan yang lainya adalah media yang sering digunakan dalam komunikasi.

Dalam khitobahan pesan disampaiakan secara langsung, yakni materi yang disampaikan oleh pembimbing bisa langsung ditangkap oleh peserta khitobahan, begitupula tanggapan akan berlansung secara langsung pula. Jadi proses komunikasi pada kegiatan khitobahan terjadi secara langsung.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Dalam ilmu sosial seperti ilmu psikologis, sosiologi yang disebut dengan kelompok adalah bukan sejumlah orang yang berkelompok atau berkerumun bersama-sama di suatu tempat, seperti halnya orang yang berkumpul di pasar, tetapi harus diperhatikan faktor situasinya, keberadaan mereka di situ secara bersamaan hanya kebetulan saja, mereka tidak saling mengenal. Kelompok pun terjadi interaksi atau berkomunikasi, terjadinya hanya pada saat itu saja, sesudah itu tidak terjadi lagi komunikasi.

Dalam situasi kelompok terdapat hubungan psikologis, orang-orang yang terlibat hubungan psikologis itu tidak selalu berada secara bersamaan di suatu tempat, mereka berpisah tetapi terikat oleh hubungan psikologis yang menyebabkan mereka berkumpul bersama-sama secara berulang-ulang dan bahkan setiap hari.

Untuk dapat memproleh kejelasan mengenai pengertian kelompok terlebih dahulu kita klasifikasikan kelompok menjadi dua jenis, yaitu kelompok besar dan kelompok kecil. Yang membedakan besar kecilnya kelompok itu tidak hanya di lihat dari kuantitasnya, tetapi juga faktor psikologis yang mengikat mereka.

Robert F.Bales dalam bukunya *Interaction Prosess Analisys,* mendefinisikan kelompok kecil adalah

> " Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lainnya dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka (*face to face meeting*), di mana setiap anggota mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia baik pada saat timbul pertanyaan maupun sesudahnya dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perorangan"
> (Effendi, 2000 : 72).

Berdasarkan pengertian di atas sejumlah orang dalam situasi seperti itu harus berada dalam kesatuan psikologis dan interaksi.

Seorang ahli mengatakan bahwa kelompok adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri atas dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial cukup intensif dan teratur, sehingga di antara individu itu sendiri terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu yang khas bagi kesatuan sosial tersebut.

Kelompok biasanya memiliki tanda-tanda psikologis yang senantiasa terlihat dalam segala aktivitasnya; seperti anggota-anggota kelompok merasa terikat dalam kelompok, ada *sense of belonging* yang tidak dimiliki oleh orang yang bukan anggota, selain nasib-nasib anggota kelompok saling bergantung, sehingga hasil setiap orang terkait dalam cara tertentu dengan hasil yang lain.

Menurut pakar komunikasi Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, menyatakan bahwa kelompok adalah :

> "Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mendapat tujuan bersama. Saling mengenal satu sama lainnya, memandang mereka sebagai bagian kelompok tersebut, hal ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat; kelompok diskusi; kelompok pemecahan masalah atau komite yang telah rapat untuk mengambil suatu keputusan.

(Mulyana, 2001 : 74).

2. 2.1 Pengertian Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitikberatkan perhatian-perhatiatiannya pada proses kelompok secara umum. Tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil (Golberg, 1985 : 6).

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasihat tentang cara- cara bagaimana yang harus ditempuh karena kelak dapat berpengaruh tehadap proses perkembangan individu dalam kelompok.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Kelompok

komunikasi dengan kelompok perlu dipahami oleh seorang komunikator karena sekalipun secara umum komunikasi dengan kelompok tidak berbeda tajam dengan komunikasi yang lain, namum ada bebarapa karakteristik komunikasi kelompok yang membedakan dengan komunikasi lainnya.

(Applbaum et al, 1974) yaitu :

1. Komunikasi kelompok merupakan suatu proses sistematik
   Proses yang terjadi dalam suatu sistem, komponen-komponen dari sistem tersebut adalah kontek – situasional, komunikator, pesan, penerima dan pola interaksi tersebut, haruslah dipahami sikap, nilai-nilai dan keyakinan komunikator, kontek di mana kelompok bersangkutan berkomunikasi, orientasi kultural dan linguistik kelompok, dan serangkaian psikologis.
2. Kelompok bersifat kompleks, kompleksitas yang disebabkan oleh :
   a) Dimensi semantik yang mempengaruhi kelompok berfungsi secara simultan maksudnya seseorang berkomunikasi dalam kelompok, maka

kebudayaanya, situasi dan tatanan psikologis, semuanya beriteraksi dan memberi saran bagi diskusi yang berlangsung.
b). Pengaruh dari faktor-faktor tersebut bila kita berinteraksi, suatu saat mungkin sikap mental kita paling berpengaruh dalam arus komunikasi, disaat selanjutnya mungkin konteks atau sejumlah tradisi kultural atau ritual yang mendominasi interaksi yang berlangsung saat itu.

3. Komunikasi kelompok bersifat dinamis
Komunikasi kelompok terjadi dalam suatu jangka waktu tertentu. Kemampuan kita untuk saling tergantung ditentukan oleh pertukaran pesan yang berkesinambungan.
(Nasution, 1982 : 27).

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok merupakan suatu persepsi bersama, motivasi dan mencapai tujuan. Namun demikian sifat esensial.

Kelompok adalah interdepensi, di mana anggota kelompok berusaha saling mempengaruhi, saling mengontrol, dan mengendalikan satu sama lainnya. Selain itu kelompok juga mempelajari segala sesuatu yang terjadi pada saat individu berinteraksi dengan kelompok dan dilakukan dengan sengaja di mana di dalamnya terdapat suatu hubungan sosial yang mengacu kepada pendidikan anggotanya dengan menggunakan pendekatan secara persuasif untuk dapat memecahkan masalah sehingga dapat mengambil suatu keputusan.

Khitobahan yang dilaksanakan oleh para santri pondok pesantren salafiyah Nurul Huda, di dalamnya terjalin ikatan yang terjalin sangat erat, dimana satu sama lainya saling berinteraksi dalam wadah yang sama.

2.3 Tinjauan Tentang Ethos Komunikator

2.3.1 Pengertian Ethos

Menurut Aristoteles " Ethos merupakan sifat-sifat pribadi seorang pembicara yang mempengaruhi khalayak " (Muis, 1996 : 144).

Lebih dari 2000 tahun lalu Aristoteles menulis:

> Persuasi tercapai karena karakteristik personal pembicara, yang ketia ia menyampaikan pembicaraanya kita menganggapnya dapat dipercaya. Kita lebih penuh dan lebih cepat percaya pada orang-orang baik daripada oraang lain: ini berlaku umumnya pada masalah apa saja dan secara mutlak berlaku ketika tidak mungkin ada kepastian dan pendapat terbagi. Tidak benar, anggapan sementara penulis retorika bahwa kebaikan personal yang diungkapkan pembicara tidak berpengaruh apa-apa pada kekuatan persuasinya; sebaliknya, karakternya hampir bisa disebut sebagai alat persuasi yang paling efektif yang dimilikinya.
> (Rakhmat, 2001 : 255).

Pendapat Aristoteles ini diuji secara ilmiah 2300 tahun lalu kemudian oleh Carl Hovland dan Walter Weiss, mereka melakukan eksperimen pertama tentang psikololologi komunikator.

> Kepada sejumlah besar subjek disampaikan pesan tentang kemungkinan membengun kapal selam yang digrakan oleh tenaga atom (waktu itu, menggunakan energi atom masih merupakan impian). Kepada sebagian orang, dinyatakan bahwa pesan itu ditulis oleh J. Robert Oppenheimer, sarjana fisika atom yang terkenal. Kepada orang lain sebutkan bahwa pesan itu ditulis *Pravda*, surat kabar Soviet yang terkenal karena ketidakjujurannya. Sebelum membaca pernyataan itu, subjek diminta mengisi kuesioner yang mengidentifikasikan pendapat mereka tentang topik tersebut. Sesudah membaca pernyataan itu, mereka mengisi kuesioner lagi. Kebanyakan orang yang membaca pernyataan yang dihubungkan dengan Oppenheimer mengubah pendapatnya, yakni menyesuaikan dirinya dengan pendapat Oppenheimer. Sedikit sekali yang membaca "penrnyataan" *Pravda* yang mengubah pendapatnya.
> (Rakhmat, 2001 : 255).

2.3.2 Dimensi -Dimensi Ethos

Jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa ethos terdiri dari : kredibilitas, daya tarik dan kekuasaan (Rakhmat, 2001 : 256). Namun dalam penelitian ini yang dianggap lebih cocok digunakan adalah komponen kredibilitas dan daya tarik.

Kredibilitas

kredibilitas, adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat kounikator

Penelitian Hovland dan Weis membuat kredibilitas dengan deskripsi verbal.

> Kelman dan Hovland (1974-: 138- 149) memutar kaset di depan subjek eksperimen. Pada suatu kelompok dikatakan bahwa pembicara adalah hakim yang sudah banyak menulis masalah kenakalan remaja (kredibilitas tinggi); dan pada kelompok lain dilukiskan pembicara sebagai pengedar narkoba (kredibilitas rendah). Kedua pembicara berbicara tentang perlunya perlakuan yang lebih ringan terhadap remaja-remaja yang nakal. Segera setelah komunikasi, sikap subjek diukur. Hasilnya menujukan bahwa subjek cenderung lebih setuju pada komunikator yang berkarakteristik tinggi.
> (Rakhmat, 2001 : 258-259).

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa seorang pembimbing khitobahan (komunikator) dapat dikatakan memiliki kredibilitas tinggi apabila memiliki sifat yang baik, ketika melakukan proses komunikasi. Karena sifat dari seorang pembimbing khitobahan (komunikator) ketika menyampaikan pesannya, akan diamati oleh para santri peserta , apabila ketika melakukan penyampaian pesan seorang pembimbing khitobahan mempunyai sifat baik atau tidak.

Kredibilitas komunikator juga mempengaruhi efektifitas penerimaan pesan, seperti yang dinyatakan Ancok, bahwa:

> pesan mengajak hidup sederhana sulit diterima kalau dinyatakan oleh seseorang yang dudah dikenal umum sebagai pengeruk kekayan atau penjelasan mengenai kewajiban pembayaran pajak penghasilan (PPh) akan sulit diterima masyarakat kalau disampaikan oleh pengamen (1882:36).

Dari kedua uraian di atas jelaslah bahwa seorang pembimbing khitobahan (komunikator) yang memiliki kredibilitas tinggi dalam melakukan penyampaian pesan dapat lebih diterima oleh para santri peserta (komunikannya), dibandingkan dengan komunikator yang memiliki kredibilitas rendah.

Lebih lanjut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya psikologi komunikasi, menyatakan mengenai komponen-komponen kredibilitas pada komunikator yang paling penting yaitu: keahlian, kepercayaan dan dinamisme. Dinamisme ini dikutip dari Kohler, Annatol dan Applbaum (1978 :144-147).

Keahlian di sini adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibacakannya. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap cerdas, mampu, ahli tahu banyak, berpengalaman atau terlatih. Kepercayaan ini berupa kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya.komunikan cenderung mempercayai komunikator yang dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis. Komunikator memiliki dinamisme bila dipandang sebagai gairah, bersemangat, aktif, humoris tegas dan berani.

Dari uraian di atas dapat di simpulkan, bahwa seorang pembimbing khitobahan dalam menyampaikannya isi pesannya harus memiliki kredibilitas yang tinggi, karena sikap pembimbing khitobahan tersebut akan terlihat langsung oleh santri pesertanya Seorang pembimbing yang memiliki kredibilitas tinggi harus mampu pula membuat suasana yang interaktif dan saling mendukung, sehingga akan terhindar dari berbagai perasaan komuninan yang negatif terhadap diri komunikator.

Daya tarik

Selain kredibilitas, ada dimensi ethos lain yang mempengaruhi komunikator yaitu daya tarik. Daya tarik ini diukur dari daya tarik fisik, penampilan.(*homophily*).

Kita cenderung menyenangi orang-orang yang tampan dan cantik. Selain fisik, penampilan pun tidak akan luput dari perhatian khalayak, kita cenderung menerima nasehat dari seseorang yang berpakaian rapi dan serasi daripada yang berpakaian kumuh dan compang-camping.

Shelly Chaiken (1979), psikolog wanita dari universitas of Massacchusets, menelaah pengaruh kecantikan komunikator terhadap persuasi dengan studi lapangan.

> Chaiken merekrut 110 komunikator – pria dan wanita – dari kalangan mahasiswa university of Massachusets. Mereka dilatih untuk menyampaikan pembicaraan persuasif tentang seruan agar universitas tidak lagi melayani makan pagi dan makan siang di ruang asrama. Untuk menilai daya tarik fisik, 56 penilai disusruh menilai foto 110 komunikator dengan skala 15 butir. Terpilih 68 0rang – yang paling cantik dan yang paling jelek. Komunikator yang terpilih ini diba wa ke lima lokasi kampus. Mereka disuruh mendekati orang yang lewat dan memintanya untuk mengisi kuisioner. Bila orang bersedia, komunikator juga memintanya untuk menandatangani petisi pada universitas. Dengan tingkat signifikasi 0,05 (artinya kesalahan mungkin terjadi 5 dari 100 kali penarikan sampel), komunikator yang cantik atau tampan ternyata lebih berhasil menyakinkan responden dan memintanya untuk menandatangani petisi. Mereka dianggap lebih ramah, lebih fasih, dan lebih lancar berbicara.
> (Rakhmat, 2001 : 262).

Menurut Herbert W. Simon (1976) Komunikator yang memiliki kesamaan cenderung lebih efektif karena:

- kesamaan mempermudah proses penyandibalikan (*decoding*)
- kesamaan membantu membangun premis yang sama
- kesamaan membuat komunikan tertarik kepada komunikator
- kesamaan menumbuhkan rasa hormat dan percaya kepada komunikator

(Rakhmat, 2001: 261).

Dari uraian di atas dapat kita simpulkan, bahwa seorang pembimbing khitobahan atau komunikator haruslah dipilih dari mereka yang secara fisik menarik dan juga memiliki kesamaan dengan komunikannya, yaitu para santri peserta khitobahan.

2.3.3 Faktor Pendukung Ethos

Menurut Onong Uchjana Effendy, dalam bukunya " Dinamika Komunikasi" mengemukakan bahwa ethos tidak timbul pada seseorang begitu saja tapi ada faktor-faktor tertentu yang mendukungnya. Faktor-faktor tersebut adalah :

a. kesiapan (*preparedness*)
b. kesungguhan (*seriousness*)
c. ketulusan (*sincerity*)
d. kepercayaan (*confidence*)
e. ketenangan (*poise*).
f. keramahan (*friendship*)
g. kesederhanaa (*moderation*)
(Effendy, 2002 : 17-19).

Seorang pembimbing khitobahan (komunikator) harus menunjukan bahwa ia muncul dengan persiapan yang matang yang tampak pada gaya komunikasinya yang meyakinkan. Seorang pembimbing khitobahan berbicara dan membahas suatu topik dengan menujukan kesungguhan, akan menimbulkan kepercayaan pihak komunikan kepadanya. Selain itu seorang pembimbing harus membawakan kesan kepada khalayak, bahwa ia harus berhati tulus dalam niat dan perbuatannya. Ia harus hati-hati uantuk menghindarkan kata-kata yang mengarah kepada kecurigaan terhadap ketidaktulusan pembimbing. Seorang pembimbing khitobahan harus senantiasa memancarkan kepastian ia harus selalu muncul

dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna. Ia harus selamanya siap menghadapi segala situasi. Kepercayaan kepada para pembimbing mencerminkan bahwa pesan yang diterima oleh santri peserta (komunikan) dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris. Santri peserta khitobahan cenderung akan menaruh kepercayaan kepada pembimbing yang tenang dalam penampilan dan dalam mengutarakan kata-kata. Keuntungannya yang ditunjukan oleh seorang pembimbing akan menimbulkan rasa simpati santri peserta kepadanya. Keramahan tidak berarti kelemahan, tapi pengekspresian sikap yang etis dan sesuai dengan kewajaran. Kesederhanan tidak hanya menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tapi juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai komunikasinya.

Faktor pendukung ethos tersebut di atas perlu mendapatkan perhatian para pembimbing ketika meyampaikan pesan kepada komunikan atau santri peserta demi tercapainya kefektifan komunikasi. Sehingga komuniasi memiliki keyakinan untuk mencapai dan melaksanakan pesan yang di sampaikan oleh para pembimbing.

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Publik, Retorika dan Pidato

2.4.1 Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi publik biasanya berlanngsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik membutuhkan persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi orang banyak (khalayak).

Komunikasi publik bisa juga disebut sebagai komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retoris, *public speaking* dan komunikasi khalayak. Sangat banyak sebutan bagi komunikasi publik, namun semuanya memiliki inti kesamaan sebagai suatu proses komunikasi dimana pesan – pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka didepan khalayak yang lebih besar. Komunikasi publik disebut juga *publik speaking* yang didefinisikan sebagai :

"Komunikasi yang dilakukan secara lisan tentang sesuatu hal atau topik dihadapan orang banyak, tujuannya antara lain mempengaruhi, mengajak, mendidik, mengubah opini memberikan penjelasan, dan memberikan informasi kepada masyarakat disuatu tempat tertentu "(Gunadi, 1998 : 94).

Public speaking memiliki ciri-ciri khusus, di antaranya harus diucapkan oleh seseorang di depan orang banyak atau massa dan menjadi topik dalam pembicaraan itu adalah yang menyangkut orang banyak, jadi masalah sosial. Ditujukan untuk menyadarkan dan membengkitkan orang banyak tertentu mengenai sesuatu masalah sosial dan tidak melakukan sesuatu uraian rasional ilmiah.

Secara sepintas komunikasi publik memiliki ciri-ciri seperti yang dimiliki oleh komunikasi interpersonal, di mana komunikasi berlangsung secara tatap muka, tetapi sebenarnya terdapat perbedaan di antara keduanya. Dalam komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung secara terus - menerus dan berkelanjutan, dapat di identifikasikan siapa sebagai sumber yang berbicara dan siapa khalayak yang mendengarkannya hubungan antar pembicara dan pendengar sangat terbatas. Sehingga tanggapan balik yang terbatas. Hal ini disebabkan waktu

yang digunakan terbatas dalam tempo pertemuan mereka, sedang jumlah khalayak relatif besar sehingga sumber terkadang sulit mengidentifikasi satu persatu pendengarnya. Ciri lain yang dimiliki komunikasi publik adalah bahwa pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontanitas, tapi direncanakan dan dipersiapkan dari awal. Jenis komunikasi publik biasanya sering kita temui dalam berbagai aktivitas seperti kuliah umum, berkhutbah, tablig akbar, ceramah dan sejenisnya. Kalau dilihat dari pesannya yang terbuka maka dapat digolongkan ke dalam komunikasi massa, tapi dalam beberapa kasus pesan yang di sampaiakan itu terbatas pada segmen khalayak tertentu karena itu komunikasi publik bisa juga disebut sebagai komunikasi kelompok bila dilihat dari segi tempat dan situasi.

Komunikasi kelompok berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan, mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, menghibur (Cangara, 1998 : 62). Bagi orang yang terlibat dalam proses komunikasi yang terjadi ia menggolongkan dirinya dengan kelompok orang banyak, ia berusaha menjadi bagian dari kelompok sehingga tidak jarang ia terbawa oleh pengaruh kelompok, yang biasanya bersifat homogen. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan atau membujuk.

Pada perkembangannya komunikasi publik, orang telah banyak menggunakan istilah-istilah yang berbeda, tapi masih termasuk ke dalam satu rumpun komunikasi publik, walaupun hal itu seolah telah menjadi bagian yang terpisah, telah memiliki kajian tersendiri. Istilah – istilah itu adalah : rethorika, pidato, ceramah dan yang lainnya.

2.4.2 Retorika

Retorika atau dalam bahasa Inggris *rethoric* dari perkataan Latin *rethorica*, yang berarti ilmu bicara (Effendy, 1990 : 53). Menurut Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya "*Modern Rethoric*" mendefinisikan retorika sebagai *The art of Using Language Effetively* atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Dari pengertian di atas menunjukan bahwa retorika mempunyai pengertian yang sempit karena hanya berbicara masalah bagaimana berbicara yang baik, tapi jika dipandang secara luas dapat diartikan: penggunaan bahasa, bisa lisan maupun tulisan. Tapi, ada sebagian yang beranggapan bahwa retorika diartikan sebagai *public speaking* atau berpidato di depan umum, dan ada juga yang beranggapan retorika sebagai seni menulis. Di tinjau dari segi ilmu komunikasi penggunaan bahasa sebagai lambang-lambang dalam proses komunikasi tidak berdiri sendiri, namun berhubungan secara langsung dengan unsur-unsur komunikasi lainya, seperti komunikator yang menggunakan bahasa pesan yang dibawakan media yang dipergunakan dalam menggunakan bahasa, dan efek yang diharapkan dari kamunikan dengan menggunakan bahasa.

2.4.2.1 Sejarah Perkembangan Retorika

1. Zaman Kuno

Pada tahun 467 SM, 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 kesusastraan Yunani kuno Homerus dalam *Ilias* dan *Odyssee* menulis pidato yang panjang. Juga bangsa-bangsa seperti Mesir, Indian dan China sudah mengembangkan seni berbicara jauh hari sebelumnya.

Unsur-unsur ilmu retorika sudah dikembangkan di Yunani sebelum buku yang ditulis oleh Korax dan Feisios diterbitkan. Sejak abad ke 7 sampai abad ke 5 sebelum masehi, sudah ada ahli-ahli pidato terkenal dalam kerajaan Yunani seperti: Solons (640-560), Peisistratos (600-527), dan Thenustokles (525-460).

Tokoh retorika lain pada zaman Yunani adalah Aristoteles, murid Plato yang paling cerdas, sehingga sampai sekarang pendapatnya banyak dikutif. Ia melanjutkan kajian ilmiah. Ia menulis tiga jilid buku yang berjudul *De Arte Rhetorica*, berlawanan dengan tokoh-tokoh lainnya yang memandang retorika sebagai seni, Aristoteles memasukannya sebagai bagian dari filsafat, dia mengatakan :

> " Anda para penulis retorika, terutama menggelorakan emosi. Ini memang baik, tapi ucapan-ucapan anda lalu tidak dapat dipertanggung jawabkan. Tujuan retorika yang sebenarnya adalah membuktikan maksud pembicaraan atau menampakan pembuktiannya, Ini terdapat pada logika. Retorika hanya menimbulkan perasaan pada suatu ketika kendati pun lebih efektif dari pada silogisme. Pernyataan yang menjadi pokok bagi logika dan juga bagi retorika alangkah benar bila diuji oleh dasar-dasar logika"
> (Cangara, 1990 : 55).

Pada zaman Romawi tumbuh subur sekolah-sekolah retorika yang telah melahirkan orator-orator ulung: Antonius, Crassus, Rufus, dan Hortensius. Kemampuan Hortensius disempurnakan oleh Cicero yang berasal dari keluarga kaya, Cicero muncul sebagai negarawan dan cendekiawan. Ia banyak menulis buku filsafat dan lima buah buku retorika hanya dalam jangka waktu dua tahun

(45 - 44 SM). Ia banyak mengambil gagasan dari Isocrates karena kepercayaanya bahwa efek pidato akan baik bila yang berpidato adalah orang yang baik juga (*the good man speak well*). Dalam prakteknya Cicero betul-betul orang yang sangat berpengaruh.

> Penguasa Romawi yaitu Caesar memuji Cicero " anda telah menemukan semua khasanah retorika dan andalah orang yang pertama menggunakan semuanya. Anda telah memperoleh kemenangan yang lebih disukai dari kemenangan para jendral karena sesungguhnya lebih agung memperluas batas-batas kecerdasan manusia daripada memperluas batas-batas kerajaan" (Rakhmat, 2002 : 9).

2. Retorika Abad Pertengahan

Sejak zaman Yunani sampai zaman Romawi retorika selalu berkaitan dengan kenegarawanan dan pada umumnya para orator terlibat pada kegiatan politik sehingga ada suatu anekdot, untuk memperoleh kemenangan politik ada dua cara: *talk it out* (membicarakan sampai tuntas) atau *short it out* (menembak sampai habis)

Abad pertengahan sering juga disebut abad kegelapan khususnya buat retorika karena ketika agama kristen berkuasa, retorika di anggap sebagai kesenian jahiliyah. Dalam *on cristian doctrine* (426). St. Agustinus menjelaskan bahwa para pengkhotbah harus sanggup mengajar, menggembirakan dan menggerakan untuk mencapai tujuan kristen. Satu abad kemudian muncul peradaban baru yang dibawa oleh seorang nabi yang menyampaikan firman Tuhan" *berilah mereka nasihat dan berbicaralah kepada mereka dengan pembicaraan yang menyentuh jiwa mereka*" .QS.4:63). Nabi tersebut seorang pembicara yang fasih yang mampu

menguncangkan hati pendengarnya, beliau bersabda "sesungguhnya dalam kemampuan berbicara yang baik itu ada sihirnya". (Rakhmat, 2002 : 10-11)

3. Reorika Zaman Modern

Pada abad ke-20, retorika mengambil manfaat dari perkembangan ilmu-ilmu modern seperti psikologi dan sosiologi. Istilah retorikapun mulai digeser oleh *speech, speech communication, oral communication* atau *public* speaking dan semuanya itu diajarkan dan diteliti secra ilmiah (Rakhmat, 2002 : 13-15).

2.5.3 Pidato

2.4.3.1 Pengertian Pidato

Pidato atau retorika menurut Muhamad Asyur adalah seni berbicara dan berekspresi yang sudah dilakukan sejak zaman kuno yang tujuannya untuk mempengaruhi publik demi kepentingan agama, politik, sosial, militer dan ekonomi (Asyur, 1997 : 1).

Sedangkan menurut Y. Kusuma, pidato mempunyai arti " suatu penyampaian berita secara lisan yang isinya terdiri dari berbagai macam, misalnya : bisnis, masalah pemerintah, pendidikan (tentang agama, politik, pertanian, keamanan dan sosial)" (Kusuma, 2000 : 5).

2.4.3.2 Persiapan Pidato

Berdasarkan ada tidaknya persiapan, sesuai dengan cara yang dilakukan dan waktu persiapan, dapat di kemukakan empat macam bentuk pidato yaitu :

1. Impromtu

Impromtu merupakan pidato yang dilakukan dengan tanpa adanya persiapan. Tentunya pidato semacam ini haruslah dilakukan dengan sebijak mungkin dalam pengambilan bahan pembicaraan, jangan terlalu membahas hal-hal yang sangat jauh, agar tidak direpotkan dengan pengembangan sewaktu di atas podium.

Bagi yang sudah berpengalaman Impromtu memiliki keuntungan tersendiri, sebab (1) impromtu lebih dapat mengungkapkan perasaan pembicara yang sebenarnya, karena pembicara tidak memikirkan dulu pendapat yang akan disampaikanya, (2) gagasan dan pendapatnya datang secara spontan, (3) memungkinkan kita harus berpikir.

Adapun kelemahannya dari impromtu, terutama bagi pembicara pemula adalah sebagai berikut: (1) dapat menimbulkan kesimpulan yang mentah, (2) mengakibatkan penyampaian yang tesendat-sendat, kaku dan tidak lancar, (3) gagasan yang disampaikan akan tidak jelas, (4) akan menyebabkan grogi yang luar biasa.

2.Manuskrip

Pidato semacam ini adalah pidato dengan menggunakan naskah. Yang pidato membacakan pesannya dari awal sampai akhir. Biasanya pidato semacam ini dilakukan oleh para tokoh nasional, sebab demi menanggulangi kesalahan-kesalahan kata yang dapat menimbulkan efek negatif di tengah masyarakat.

Keuntungan pidato manuskip yaitu ; (1) kata-kata dapat di pilih sebaik-baiknya, karena dipersipkan terlebih dulu, (2) pernyataan–pernyataan dapat dihemat, karena manuskrip dapat disusun kembali, (3) kepasihan berbicara dapat di capai, karena kata-kata sudah dipersiapkan, (4) hal-hal yang kurang penting dapat ditiadakan, (5) dapat diterbitkan.

Kalau ditinjau dari segi komunikasi jelas pidato manuskrip memiliki kerugian yang tinggi sebab : (1) pembicara tidak dapat melihat khalayak dengan baik, (2) komunikasi pendengar akan berkurang karena pembicara tidak secara langsung berbicara kepada mereka, (3) umpan balik dari pendengar tidak dapat mengubah, memperpendek atau memperpanjang pesan, (4) pembuatanya lebih lama dan sekadar menyiapkan garis besarnya saja.

3.Memoriter

Pesan pidato ditulis kemudian diingat kata demi kata. Sebagaimana pidato manuskrip pidato mamoriter juga memungkinkan untuk membuat ungkapan yang tepat, organisasi yang terencana, pemilihan bahasa yang teliti, gerak dan isyarat yang diintegrasikan dengan uraian. Pidato memoriter kurang dapat menjalin hubungan dengan pendengarnya, kurang spontan dalam mengemukakan gagasan, perhatian beralih dari kata-kata karena berusaha berusaha untuk mengingat.

4.Ekstempore

Pidato *ekstempore* merupakan pidato yang sangat baik, dan merupakan jenis pidato yang sering digunakan oleh orator-orator kondang. Bahan pidato biasanya sudah dipersiapkan terlebih dulu dengan membuat *out line* dan pokok-pokok penujang pembahasan. Tetapi pembicara tidak berusaha mengingatnya kata

demi kata. Garis besar itu hanya merupakan pedoman untuk mengatur gagasan yang ada dalam pikiran pembicara. Keuntunganya adalah komunikasi pendengar dan pembicara akan lebih baik karena pembicara berbicara langsung kepada pendengar. Sedangkan kerugianya yaitu bagi pembicara yang belum ahli akan timbul : persiapan kurang baik bila dibuat terburu-buru, pemilihan bahasa yang kurang tepat, kefasihan akan terhambat karena kesukaran dalam memilih kata dengan segera, kemungkinan akan menyimpang dari apa yang ada dalam *out line* yang telah ia buat.

3.4.3.3 Jenis-Jenis Pidato

Jenis pidato ditentukan oleh beberapa faktor seperti: situasi, tempat, tujuan dan isi pembicaraan. Faktor-faktor yang menjadi patoakan untuk menentuka jenis pidato adalah:

1. Bidang Politik

   Dalam dunia politik sering diucapkan pidato yang bertujuan politis. Pendengar pidato politis pada umumnya adalah masyarakat. Tujuan pidato politis pada umumnya bukan mengejar, tetapi mempengaruhi; bukan meyakinkan, tetapi membakar semangat. Oleh karena itu pembicara harus menguasai psikologi massa. Disamping itu dia harus menguasai teknik dan taktik berbicara. Disamping itu dia harus menguasai teknik dan taktik berbicara. Teknik penampilan, sehingga memberi kesan pasti dan mengundang kepercayaan pihak pendengar terhadap dirinya.

2. Kesempatan Khusus

Ada banyak atau pertemuan tidak resmi, dimana orang harus membawakan pidato. Suasana pertemuan semacam ini pada umumnya akrab, sebab para peserta saling mengenal, seperti: pertemuan keluarga, sidang organisasi dan sidang antara para anggota dan pimpinan perusahaan.

3. Kesempatan Resmi

Dalam kehidupan bermasyarakat sering diselenggarakan berbagai pertemuan karen alasan-alasan resmi. Para peserta yang hadir adalah para pejabat, para pembesar, atau orang-orang terkemuka yang datang dalam suasana formal. Bentuk pidato pada kesempatan ini juga disebut kata sambutann. Dalam kesempatan resmi, pidato atau sambutan yang dibawakan seharusnya singkat, meskipun disampaikan secara bebas.

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, denagn maksud untuk memberi dan membagi informasi atau untuk membahas suatu masalah secara ilmiah.

Jenis-Jenis Pidato Informatif, Menurut Dori Wuwur Hendrikus dalam bukunya " Pandai Berpidato" terdiri dari :

a. Kuliah
   Kuliah adalah penyampaian ilmu pengetahuan di dalam universitas atau sekolah tinggi. Di dalam kuliah, salah satu bahan atau tema dari bidang ilmu tertentu ditawarkan lewat kuliah yang diberikan berturur-turut.
b. Ceramah

Pada dasarnaya tujuan ceramah adalah memberikan informasi dan pengetahuan. Oleh karena itu harus dipersiapakan dengan teliti. Ceramah harus menampilkan disposisi yang jelas, bahasa yang padat dan berisi: pikiran yang tersusun logis dan memiliki skema yang jelas serta hubungan yang serasi antara bagian-bagiannya.

c. Referat atau Makalah
Sebuah refarat atau makalah sebenarnya adalah satu ceramah singkat mengenai suatu bidang ilmu pengetahuan, yang berlangsung antasa 10 – 20 menit. Sering kali referat juga merupakan pengantar kedalam saah satu bidang; atau dipakai sebagai salah satu acara dalam perundingan, sehingga orang menyebutkan: pengantar singkat atau referat singkat.

d. Pengajaran
Pengajaran adalah uraian yang disusun secara pedagogis, umumnya dibawakan untuk kelompok orang setingkat SLTP dan SLTA bentuk penyajiannya bermacam-macam, sehingga tidak begitu membosankan.

e. Wejangan Informatif
Ini adalah ceramah yang santai didepan seklompok pendengar dalam jumlah yang kecil. Bentuk ini sering dipakai apabila menujukan *slides* atau *film* . Gambar atau film menjadi pokok pembicaraan, sehingga tidak menuntut suatu persiapan yang teliti.

(Hendrikus, 2001 : 48 -50).

2.4.3.4 Prinsip-Prinsip Penyusunan Pidato

Dalam mendengarkan orang berpidato adakalnaya pendengar merasa larut dalam suasana pembicaraan yang disampaikanya, karena pendengar merasa mendapatkan kecocokan-kecocokan dengan pembicara. Tapi adakalanya juga pendengar merasa lelah, gelisah dan melamun ketika yang berpidato menyampaikan pesan-pesanya, apa sebab, karena dia tidak membuat perhitungan, persiapan yang baik saat akan melakukan pidato.

Dalam menyusun pidato yang baik, biasanya di dasarkan kepada tiga prinsip kopmosisi yang terdiri dari :

1. Kesatuan (*unity*)

Aristoteles pernah membandingkan komposisi sebagai satu tubuh. Seluruh gagasan harus merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisah-

pisahkan. Komposisi yang baik harus merupakan kesatuan utuh yang meliputi : isi, tujuan dan sifat.

Komposisi juga harus mempunyai satu macam tujuan. Satu di antara yang tiga – menghibur, memberitahukan, dan mempengaruhi harus dipilih. Kesatuan juga harus tampak dalam sifat pembicaraan (*mood*). Sifat ini mungkin serius, informa, formal, maka suasana formalitas harus mendominasi seluruh uraian. Untuk mempertahankan kesatua ini bukan saja diperluka ketajaman pemikiran, tetapi juga kemauan kuat untuk membuang hal-hal yang mubazir. Seringkali orang digoda untuk memasukan bahan yang menarik, walaupun kurang berfaedah.

2. Pertautan (*coherence*)

Pertautan menujukan urutan bagian uraian yang berkaitan satu sama lain. Pertautan menyebabkan perpindahan dari pokok yang satu kepada pokok yang lain berjalan lancar. Untuk memelihara pertautan dapat dipergunakan : ungkapan penyambung (*connective phrases*), paralelisme dan gema (*echo*).

3. Titik berat (*emphasis*)

Bila kesatuan dan pertautan membantu pendengaran untuk mengikuti dengan mudah jalannya pembicaraan, titik–berat menujukan mereka pada bagian-bagian penting yang patut diperhatikan. Hal-hal yang harus dtitik beratkan bergantung kepada isi komposisi pidato, tetapi pokok-pokoknya hampir sama. Gagasan utama (*central ideas*), ikhtisar uraian, pemikiran baru, perbedaan pokok, hal yang harus dipikirkan khalayak adalah contoh-contoh bagian yang harus dititik beratkan, atau ditekankan.

Titik berat dalam tulisan dapat dinyatakan dengan tanda garis bawah, hurup miring atau huruf besar. Dalam uraian lisan, ini dinyatakan dengan hentian, tekanan suara yang dinaikan, perubahan nada, isyarat dan sebagainya (Rakhmat, 2002 :34).

2.4.3.5 Memilih Kata-Kata

Bila pembicaraan pidato baik, pendengar jarang menyadari manipulasi daya tarik motif yang di gunakan, tidak mengetahui organisasi dan sistem penyusunan pesan, tidak pula mengerti teknik-teknik pengembangan pokok bahasan. Tetapi setiap pendengar mengetahui pasti pembicaraan yang baik selalu pandai dalam meilih kata- kata.

Menurut Glenn R. Capp dan Richard Capp, Jr. merumuskan ketentuan-ketentuan retorika itu sebagai berikut:

1. gunakan kata-kata yang jelas

   ini berarti bahwa kata-kata yang dipilih tidak boleh menimbulkan arti ganda (ambigues), tetap dapat menggunakan gagasan secara tepat dan cermat.

2. kata-kata harus tepat

   ini berarti bahwa kata-kata yang digunakan harus sesuai dengan keperibadian komunikator, jenis pesan, keadaan khalayak, dan situasi komunikasi.

3. kata-kata harus menarik

   selain harus jelas dan pantas (*clear and appropriate*), kata-kata juga harus menimbulkan kesan yang kuat, hidup dan dapat merebut perhatian pendengar.

2.4.3.6 Ciri-Ciri Pidato Yang Baik

Menurut Dori Wuwur Hendrikus dalam bukunya "Bepidato; Berdiskusi dan Berdebat" Ada sembilan ciri pidato yang baik, adalah sebagai berikut :

1. Pidato yang Saklik

   Pidato yang saklik apabila memiliki objektifitas dan unsur-unsur yang mengandung kebenaran.

2. Pidato yang jelas

   Ketentuan sejak zaman kuno menyatakan bahwa pembicaraan harus mengungkapkan pikirannya sedemikian rupa, sehingga tidak hannya sedapatmungkin isinya dapat dimengerti, tetapi juga jangan sampai ada kemungkinan untuk tidak mengerti.

3. Pidato yang hidup

   Sebuah pidato yang baik harus hidup untuk menghidupkan pidato dapat digunakan gambar, cerita pendek atau kejadian-kejadian yang relevan sehingga memancing pendengaran.

4. Pidato yang memiliki tujuan

   Setiap pidato harus memiliki tujuan, yaitu apa yang mau dicapai. Tujuan ini Oleh karena itu pidato harus dibatasi pada satu atau dua soal yang tertentu.

5. Pidato yang mengandung humor

   Humor dalam pidato itu perlu, hanya saja tidak boleh terlalu banyak sehingga tidak memberi kesan bahwa pembicaraan 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.harus dirumuskan dalam satu dua pikiran pokok. Dalam membawakan pidato, tujuan ini hendaknya sering diu lang dalam rumusan yang berbeda, supaya pendengar tidak kehilangan benang merah selama mendengarkan pidato. Kalimat-kaliamat yang merumuskan tujuan dan kalimat-kalimat pada bagian penutup pidato harus dirumuskan secra singkat, jelas tapi padat.

6. Pidato yang 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 di kemukakan dalam gaya bahasa klimaks. Berusaha menciptakan titik-titik puncak dalam pidato untuk membebaskan ketegangan dan rasa ingin tahu pendengar.

7. Pidato yang memiliki pengulangan

   Pengulangan atau *redundans* itu penting, karena dapat memperkuat isi pidato dan memperjelas pengertian pendengar. Pengulangan itu juga menyebabkan pokok-pokok pidato tidak segera dilupakan.

8. Pidato yang berisi hal-hal yang mengejutkan

   Sesutu itu mengejutkan karena mungkin belum pernah ada dan terjadi sebelumnya; atau karena meskipun masalahnya biasa dan terkenal, tetapi ditempatkan di dalam konteks atau relasi yang baru dan menarik. Memunculkan hal-hal yang mengejutkan dalam pidato berarti menciptakan

hubungan yang baru dan menarik antara kenyatan-kenyataan yang dalam situasi biasa tidak dapat dilihat.

9. Pidato yang dibatasi

Orang tidak boleh membeberkan segala soal atau masalah dalam suatu pidato. Oleh krena itu pidato harus dibatasi pada satu atau dua soal yang tertentu saja, karena pidato yang isinya luas akan menjadikan isinya dangkal.

2.4.3.7 Cara Membuka dan Menutup Pidato

Membuka Pidato

Pembukaan pidato adalah bagian penting dan sangat menentukan. Kegagalan dalam membuka pidato akan menghancurkan seluruh komposisi dan presentasi pidato. Tujuan utama pidato ialah membangkitkan perhatian, memperjelas latar nelakang pembicaraan dan untuk menciptakan kesan yang baik mengenai komunikator.

Bagaimana cara – cara membuka pidato dan berapa banyak waktu yang dibutuhkannya sangat bergantung kepada topik, tujuan, situasi khalayak dan hubungan antara komunikator dengan komunikan. Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya "Retorika Modern' banyak pilihan saat akan membuka pidato antra lain sebagai berikut :

- langsung menyebutkan pokok persoalan
- melukiskan latar belakang masalah
- menghubungkan dengan peristiwa mutakhir atau kejadian yang tengah menjadi pusat perhatian khalayak
- menghubungkan dengan peristiwa yang sedang diperingati
- menghubungkan dengan tempat komunikator berpidato
- menghubungkan dengan suasana emosi (*mood*) yang tengah meliputi khalayak

- menghubungkan dengan kejadian sejarah yang terjadi masa lalu
- menghubungkan dengan kepentingan vital pendengar
- memberikan pujian pada khalayak atas prestasi mereka
- memulai dengan pernyataan yang mengejutkan
- mengajukan pertanyaan provokatif
- menyatakan kutipan
- menceritakan pengalaman pribadi
- mengisahkan cerita faktual, fikif atau situasi hipotesis
- menceritakan teori atau prinsip-prinsip yang diakui kebenarannya.
- Membuat humor

(Rakhmat, 2002 : 53- 59)

MenutupPidato

Permulaan dan akhir pidato adalah bagian-bagian yang paling menentukan. Kalau permulaan pidato harus dapat mengantarkan pikiran dan menambatkan perhatian kepada pokok pembicaraan, maka penutup pidato harus dapat memmfokuskan pikiran dan perasaan khalayak pada gagasan utama atau kesimpulan penting dari seluruh isi pidato. Karena itu harus dapat menjelaskan tujuan komposisi, memperkuat daya persuasi, mendorong pemikiran dan tidakan yang diharapkan, menciptakan klimaks dan menimbulkan kesan terakhir yang positif.

Beberapa cara penutup pidato yang baik:

1. meyimpulkan atau mengemukakan ikhtisar pembicaraan
2. menyatakan kembali gagasan utama dengan kalimat dan kata yang berbeda
3. mendorong khalayak untuk bertindak
4. mengakhiri dengan klimaks
5. mengatakan kutipan sajak, kitab suci, atau peribahsa
6. menceritakan contoh yang berupa ilustrasi dari tema pembicaraan.
7. menerangkan maksud sebenarnya pribadi pembicara
8. memuji dan menghargai khalayak
9. membuat pernyataan yang humoris atau anekdot

(Rakhmat,2002: 60-63).

2. 5 Tinjauan Tentang Khitobahan

2.5.1 Pengertian Khitobahan

Secara etimologis khitobahan berasal dari bahasa Arab yaitu dari akar kata *Khotoba*, yang atinya adalah orang berbicara kepada orang lain secara langsung. Khitobahan merupakan bentuk kata kerja untuk menggantikan sebuah aktivitas. Istilah lain yang memiliki akar kata *khotoba* adalah khutbah, yang artinya penyampaian ceramah agama kepada para jamaah (khalayak). Seperti kita ketahui pengkhutbah di waktu sholat jum'at atau pengkotbah-pengkotbah pada agama lain. Khitobahan maupun khotbah memiliki arti yang kurang lebih sama yakni mengenai penyampaian pesan-pesan agama, yang diperintahkan oleh Tuhan kepada hamba-hambaNya. Biasanya pengkhotbah agama merupakan komunikator yang memiliki kekuatan dalam mempengaruhi massa, dibandingkan dengan komunikator-komunikator yang lain.

Menurut pemahaman santri pondok pesantren salafiah Nurul Huda khitobahan merupakan kegiatan ektstra kulikuler berupa latihan pidato yang sangat mendukung kemampuan retoris santri jika kelak terjun ke tengah-tengah masyarakat. Seorang santri dituntut untuk mampu menyampaikan risalah agama, tapi itu tidaklah mudah seandainya seorang santri tidak memahami tentang ilmu retorika.

Pelatihan pidato di pondok pesantren, baik pondok pesantren yang bercorak modern (*kholafi*) maupun yang bercorak tradisional (*salafi*), dan itu merupakan salah satu aktivitas yang menjadi ciri khas pondok pesantren. Adapun istilah yang di gunakan, untuk menyebut latihan pidato sangat beragam, ada yang

menggunakan istilah *khitobahan, mudhorobah, rotinan*, ataupun yang lainnya. Latihan berpidato dalam rangka mengembangkan potensi dan sekaligus menggali potensi para santri. Para mubalig atau kita kenal sebagai da,i , kondang tidak dengan sendirinya menjadi seperti itu, tapi mereka terlebih dahulu mempelajari pidato, karena dengan kepandaian berpidato pesan akan sampai kepada tujuannya (umat).