

Bacalah Materi tersebut, setelah itu silakan anda membuat makalah tentang Retorika pelaksanaan dalam kegiatan ekonomi, politik dan sosial.
Dikaitkan dengan tradisi dalam ilmu komunikasi

TUGAS X
TEORI KOMUNIKASI



Oleh :

JAWASI (202910008)

Kelas : MIK Angkatan 6

PRODI MAGISTER ILMUKOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG
2020

BAB I

PENDAHULUAN

A. Pengertian Tradisi Retorika

Retorika memiliki dua macam pengertian, yaitu pengertian secara sempit dan pengertian secara luas. Pengertian sempit retorika adalah mengenai bicara dan pengertian luas retorika adalah seni penggunaan bahasa baik lisan maupun tulisan. Retorika memiliki sejarah yang sangat panjang dan sekaligus merupakan titik awal sejarah perkembangan ilmu komunikasi. Menurut para ahli, retorika merupakan salah satu disiplin akademis yang sangat mendominasi pada masa Yunani Kuno dan Romawi Kuno.

Pada mulanya, retorika hanya menitikberatkan pada persuasi namun retorika kemudian berevolusi hingga meliputi seluruh penggunaan lambang oleh manusia untuk mempengaruhi lingkungan sekitarnya dan membentuk dunia tempat mereka tinggal. Retorika merupakan tradisi teori komunikasi tertua apabila dibandingkan dengan tradisi fenomenologi dalam teori komunikasi dan tradisi teori komunikasi lainnya. Menurut Robert T. Craig, tradisi retorika memandang komunikasi sebagai sebuah seni praktek diskursus. Dalam artian bahwa komunikasi manusia merupakan sebuah bentuk seni yang seringkali ditampilkan pada berbagai macam bentuk seperti persuasi atau pidato.

Berdasarkan tradisi retorika, komunikasi dapat digunakan sebagai strategi untuk mengembangkan argumen yang kuat dan kredibel yang dapat mengarah pada keberhasilan persuasi terhadap khalayak. Permasalahan komunikasi terjadi manakala komunikator mengalami ketidakpastian saat menampilkan seni mempersuasi orang lain selama proses interaksi sosial berlangsung. Berbagai teori komunikasi menurut para ahli yang berada di bawah payung tradisi retorika umumnya menekankan pada beberapa topik seperti penggunaan simbol-simbol di setiap diskursus atau pidato yang efektif, cara berbicara di depan umum untuk mempersuasi massa, dan kesempurnaan diskursus publik melalui studi kritis dan pelatihan ekstensif. Meskipun sebagian besar teori komunikasi dalam tradisi retorika berasal dari disiplin retorika namun beberapa asumsi teoretis sejatinya

dipinjam dari disiplin ilmu lain seperti filsafat, semiotika dan linguistik, psikologi, dan aliran kritis.

B. Tujuan Retorika

Ketika Aristoteles menampilkan retorika sebagai sebuah ilmu sekitar abad ke-4 sebelum masehi, ia mengatakan bahwa kehadiran retorika mulamula bertujuan untuk mempersuasi. Dalam hal ini, persuasi yang dimaksud adalah upaya meyakinkan pendengar akan kebenaran gagasan dari topik tutur yang dikemukakan. Usaha ini bukanlah pekerjaan yang mudah, mengingat bahwa setiap orang memiliki instink etis yang memandu dirinya dalam membedakan antara yang benar dan yang tidak benar. Bila seseorang mengatakan ketidakbenaran kepada pendengarnya, maka cepat atau lambat penutur itu akan kelihatan kecurangan atau kebohongannya.

Dalam keadaan seperti ini, orang tidak berhak lagi berbicara tentang persuasi, karena terbukti bahwa penanggap tutur tidak yakin lagi akan kebenaran gagasan yang ditanggapi sebelumnya. Jadi persuasi itu tidak bisa dilepaskan dari kebenaran. Aristoteles menyarankan kepada setiap penutur agar mereka meneliti sebaik-baiknya pokok persoalan yang akan dituturkannya, mengambil ulasan yang benar-benar ada dalam pokok persoalan tersebut, kemudian menampilkannya dalam ragam dan gaya bertutur yang persuasif. Pandangan bahwa persuasi sebagai tujuan retorika mengalami masa surut di era retorika baru. Ahli retorika baru seperti Richards mengatakan bahwa persuasi hanya cocok untuk masa lalu, yakni ketika orang masih hidup dalam kebodohan. Sedang di zaman sekarang, orang sudah tidak begitu mudah dipersuasi. Karena di zaman sekarang, orang sudah mampu berpikir kritis.

C. Manfaat Retorika

Sejak awal kemunculannya, retorika dianggap sebagai ilmu yang amat bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum. Aristoteles saat itu sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika, yaitu Retorika menuntun penutur dalam mengambil keputusan, Retorika mengajar penutur dalam memilih argumen, Retorika mengajar penutur dalam mempersuasi, dan Retorika membimbing bertutur secara rasional.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Retorika pelaksanaan dalam kegiatan ekonomi

Bidang ekonomi juga menggunakan retorika. Para usahawan terlibat dalam penggunaan retorika dalam rangka mempromosikan barang-barang produksinya. Oleh karena itu, retorika digunakan secara luas untuk iklan, advertensi, dan reklame. Terlibatnya retorika dalam iklan, advertensi, dan reklame tampak mencolok di negara-negara yang persaingan barang produksinya sudah tinggi. Bahkan di negara-negara seperti itu, ada rumah produksi periklanan di mana usahawan dapat memesan iklan atau advertensi sesuai kebutuhannya. Penyusun advertensi dalam menampilkan tuturnya memanfaatkan hal-hal yang menjadi idam-idaman orang, khayalan, atau harapan-harapan orang. Penyusunan advertensi dengan bahasa yang retorik berusaha mengeksploitasi kebutuhan manusia, khayalnya, harapan-harapan, idealnya, dan ketidaksadarannya. Betapa besar pengaruh bahasa advertensi itu, sampai-sampai kemudian terasa bahwa barang-barang produksi yang dibuat manusia berbalik membentuk “jiwa” manusia itu sendiri. Berkaitan dengan ini muncul sinyalemen bahwa, usahawan dengan advertensinya sebenarnya tidak menjual barang-barang yang diproduksi, melainkan mereka menjual harapan dan janji-janji. Perhatikanlah bahasa advertensi berikut.

“Apalah artinya air minum sehat, bila menggunakan Water Dispenser yang tidak sehat. SANKEN Water Dispenser benar-benar dirancang dengan berbagai kelebihan untuk menjaga air minum Anda agar tetap segar, aman dan higienis bahkan untuk bayi Anda”

Advertensi di atas dibuat untuk menggoda jiwa manusia dengan menonjolkan kelebihan-kelebihan suatu produksi, dalam hal ini Water Dispenser. Dengan retorika itu, konsumen dipengaruhi untuk menggunakannya. Pemilihan ungkapan “Apalah artinya air minum sehat, bila menggunakan Water Dispenser yang tidak sehat” mengandung pelecehan terselubung terhadap Dispenser-Dispenser lain yang bukan SANKEN. Sugesti ini memang sengaja dibangun untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca. Jika pada media cetak, sugesti konsumen hanya dibangkitkan dengan menggunakan kata-kata saja (retoris), tetapi melalui media TV, sugesti konsumen itu bahkan dibangkitkan dengan menggunakan kata-kata, tayangan gambar, dan suara (multimedia), sehingga retorika dalam dunia dagang atau ekonomi benar-benar dapat “mendesak” konsumennya untuk mencobanya. Penggunaan sarana multimedia ini juga menjadi bagian keseluruhan

retorika, sebab setiap upaya yang dilakukan secara sadar atau tidak sadar yang bermaksud mempengaruhi orang lain termasuk fenomena retorika.

B. Retorika pelaksanaan dalam kegiatan Politik

Bidang politik adalah bidang kegiatan yang pertama-tama memanfaatkan retorika secara terencana. Bahkan kehadiran retorika itu sendiri justru didorong oleh kebutuhan politik. Sebab, sebagaimana kita ketahui bahwa retorika lahir di tengah-tengah rakyat Sisilia, yakni di kota Sirakusa yang sedang bergolak menentang pemerintah yang sedang berkuasa, yang dianggap oleh rakyatnya sebagai pemerintahan tiranis. Rakyat Sisilia menginginkan pemerintahan yang demokratis. Untuk mencapai tujuan itu, rakyat dan para tokoh yang berpihak kepada rakyat sadar bahwa jika dilakukan perlawanan dengan kekerasan, belum tentu akan berhasil. Apalagi pemerintahan militer yang berkuasa saat itu amat tangguh. Untuk menghindari kegagalan, maka ditempuhlah jalan berunding. Melalui perundingan rakyat mencoba meyakinkan penguasa bahwa, pemerintahan yang demokratis yang diinginkan oleh seluruh rakyat adalah sistem pemerintahan yang lebih baik daripada pemerintahan yang sedang berlaku saat itu. Untuk itu, maka dipersiapkanlah wakil-wakil rakyat yang memiliki kecakapan retorik, yakni kecakapan berpidato untuk meyakinkan pemerintah. Inti tuntutan rakyat adalah terjadinya perubahan sistem pemerintahan tanpa pertumpahan darah.

Tokoh retorika yang terkenal pada saat itu adalah Corax. Ia bersama muridnya yang bernama Tissias membangun sekolah retorika untuk mereka yang ditunjuk sebagai wakil rakyat. Di sekolah ini yang terutama diajarkan adalah retorika dalam pengertian kecakapan berpidato untuk meyakinkan pihak lain. Hasil pendidikan Corax dan Tissias menunjukkan hasil yang mengembirakan. Wakil-wakil rakyat yang benar-benar ahli dalam berpidato berhasil meyakinkan penguasa akan pemerintahan demokratis yang dituntutnya. Dengan demikian, tanpa terjadi pertumpahan darah, maka beralihlah pemerintahan tirani ke pemerintahan demokrasi seperti yang menjadi tuntutan rakyat Sisilia.. Dengan keberhasilan itu, maka istilah retorika menjadi populer di seluruh Yunani, terutama di kota Athena. Sementara itu, ajaran-ajaran Corax dan Tissias dibukukan dengan judul *Techne*. Inilah buku retorika pertamayang berisi tentang kecakapan berpidato untuk tujuan politik.

Pemanfaatan retorika sebagai alat politik lebih menonjol lagi di kalangan filsuf yang dikenal dengan nama kaum Sofis. Tokoh-tokoh kaum Sofis seperti Gorgias, Protagoras, Isocrates, dan lain-lain berhasil dengan gemilang membuktikan bahwa retorika adalah

sarana yang efektif untuk memenangkan suatu kasus. Tidak peduli apakah kasus itu punya dasar kebenaran atau tidak. Karena itu setiap kasus, bagaimanapun sifatnya, akan menang asal disampaikan secara retorik. Beginilah pengertian retorika dari kaum Sofis yang lebih banyak mengajarkan keahlian bersilat lidah, berdebat kusir, atau berpokrol bambu.

Dalam perkembangan selanjutnya, retorika dipersiapkan secara intensif dan terencana untuk kegiatan-kegiatan politik. Setelah Yunani, Romawi menjadi tempat pengembangan retorika sebagai alat politik. Di Romawi dikenal tokoh-tokoh retorika di bidang politik seperti Cicero, Quintilianus dengan pengikut-pengikutnya (Quintilians). Kedua tokoh ini menyempurnakan retorika kaum Sofis dengan ajaran-ajaran Aristoteles sehingga retorika dikenal sebagai ilmu berpidato. Setelah itu, bukan berarti retorika tidak dimanfaatkan dalam bidang politik. Sampai sekarang pun retorika dimanfaatkan dalam bidang politik. Propaganda-propaganda politik, kampanye-kampanye menjelang pemilu dalam negara yang menganut pemerintahan demokrasi adalah bukti pemanfaatan retorika di bidang politik. Politik memanfaatkan retorika untuk mempengaruhi rakyat dengan materi bahasa, ulasan-ulasan, dan gaya bertutur yang meyakinkan dan mencekam perhatian. Propaganda itu kadang-kadang berhasil mengubah pendirian rakyat kadang-kadang tidak. Ini bergantung pada tingkat pendidikan dan kecerdasan rakyat yang ingin dipengaruhi.

Dalam rangka melaksanakan misi politiknya masing-masing, kita mengenal tokoh-tokoh yang pintar berpidato yang digunakan oleh presidennya masing-masing. Zaman Nixon di Amerika digunakan tokoh Kissinger, zaman Sukarno digunakan Dr. Ruslan Abdulgani, zaman Suharto digunakan Harmoko (Nengah I Martha, 2010).

C. Retorika pelaksanaan dalam kegiatan Sosial

Manusia sebagai makhluk sosial, kegiatan utamanya adalah berkomunikasi. Karena pentingnya komunikasi bagi kehidupan manusia, maka manusia disebut *homo communicus*. Artinya, manusia merupakan makhluk sosial yang selalu mengadakan hubungan dan interaksi dengan manusia sesamanya karena mereka saling memerlukan dan juga karena manusia hanya bisa berkembang melalui komunikasi. Komunikasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial. Kehidupan kita sehari-hari sangat dipengaruhi oleh adanya komunikasi yang kita lakukan dengan orang lain, termasuk juga pesan-pesan yang disampaikan oleh orang lain tersebut.

Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang lain, dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan itu muncul melalui perilaku manusia. Lihatlah, ketika kita berbicara, melambaikan tangan, cemberut, bermuka masam, atau memberikan suatu isyarat lainnya, pada dasarnya kita sedang berperilaku. Perilaku tadi merupakan pesan-pesan. Pesan-pesan itu digunakan untuk mengomunikasikan sesuatu kepada seseorang.

Persepsi adalah proses yang terintegrasi dalam individu yang terjadi sebagai reaksi atas stimulus yang diterimanya. Sebuah konsensus (kesamaan persepsi kolektif pada satu isu tertentu) yang tercapai melalui diskusi sosial akan menimbulkan opini publik, sedangkan pada diri individu sendiri, opini bisa bersifat laten atau manifes. reformasi sosial (membangun masyarakat yang lebih baik.

BAB III

KESIMPULAN

Kegiatan bertutur tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Bertutur merupakan kebutuhan manusia. Kegiatan dan bentuk bertutur banyak ragamnya. Ada canda, obrolan, basa-basi, tegur-sapa, khotbah, kampanye, diskusi, seminar, konferensi, dan lain-lain. Boleh dikatakan retorika menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat. Hingga kini retorika digunakan dalam bidang atau lingkungan yang amat luas, seperti bidang: politik, perdagangan, seni, pendidikan, dan lain-lain. Bidang politik adalah bidang kegiatan yang pertama-tama memanfaatkan retorika secara terencana. Bahkan kehadiran retorika itu sendiri justru didorong oleh kebutuhan politik. Bidang ekonomi juga menggunakan retorika. Para usahawan terlibat dalam penggunaan retorika dalam rangka mempromosikan barang-barang produksinya. Oleh karena itu, retorika digunakan secara luas untuk iklan, advertensi, dan reklame. Seni juga merupakan bidang kehidupan yang tidak lepas dari retorika. Apalagi seni itu dimaksudkan untuk “mendidik” penontonnya. Para kuli tinta seperti wartawan dan reporter juga terlibat dalam penggunaan retorika. Entah untuk menulis kolom, rubrik, tajuk, atau menulis reportase. Semuanya memerlukan kemampuan menggunakan retorika.

DAFTAR PUSTAKA

<https://pakarkomunikasi.com/>

Nengah I Martha, "Retorika dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang", Vol. 6. Juli-Desember 2010.