

Retorika Pidato Denny Sumargo dalam Seminar Pengembangan Diri

¹Hermawatin, ²Rini Rinawati

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail ¹hermawatin@yahoo.co.id , ²rininawati66@yahoo.com

Abstrak. Retorika biasanya disinonimkan dengan seni atau kepandaian berpidato, sedangkan tujuannya adalah menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka mengikuti kehendak kita. Retorika merupakan teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada pengetahuan yang tersusun baik. Denny Sumargo yang banyak kita ketahui adalah seorang Pebasket yang sekarang merambah dunia *modelling*, film, dan pebisnis. Banyak yang tidak tahu bahwa seorang Denny Sumargo adalah seorang pembicara dalam seminar-seminar pengembangan diri di berbagai event sosial. Tujuan dari penulis adalah untuk mengetahui retorika pidato seorang Denny Sumargo pada seminar pengembangan diri ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *ethos*, *pathos*, dan *logos* Denny Sumargo. Retorika yang dilakukan Denny Sumargo banyak mengangkat tema pengembangan diri yang memberikan pesan dan kesan positif bagi anak muda. Banyak khalayak yang termotivasi, terinspirasi, terpersuasif dan terhibur oleh retorika Denny Sumargo yang sangat menarik dan unik. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah Teori retorika. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sample Slovin dengan respondennya adalah peserta seminar. Hasil penelitian *ethos*, *pathos*, dan *logos* Denny Sumargo sudah mampu melakukan retorika yang baik dan mampu membuat khalayak merasa terpersuasi dengan baik. Retorika yang dilakukan Denny Sumargo sudah mampu memotivasi dan menginspirasi peserta seminar dengan baik.

Kata kunci : Retorika Denny Sumargo

Abstract. Rhetoric synonymous with the art of rhetoric usually, while the goal is to convey thoughts and feelings to others so that they will follow us. Rhetoric is use language as an artistic technique, which is based on a well-organized knowledge. Denny Sumargo that much we know is a basketball player who now penetrated the world of modeling, film, and businessman. Many do not know that a Denny Sumargo is a speaker in the self-development seminars in a variety of social events. The aim of the author is to how rhetorical speech of Denny's in self-development seminar know influence the *ethos*, *pathos*, and *logos*. Rhetoric made many self-development theme that gives a message and a positive impression for young children. Many audiences are motivated, inspired, and entertained by the rhetoric persuasion of Denny Sumargo that very interesting and unique. Theories used by researchers is of rhetorical theory. Sampling used in this study is the sample respondents are slovin with seminar participants. A speaker who is interested in persuading audiences should consider three rhetorical proof: logic (*logos*), emotion (*pathos*) and ethics / credibility (*ethos*). The method used is a descriptive research method. Sampling used in this study is Sample Slovin. Research *ethos*, *pathos*, and *logos* issues or marble has been able to do a good rhetoric and able to make audiences feel good persuasion with been able to motivate and inspire participants well.

Keywords : Denny Sumargo rhetoric

A. Pendahuluan

Ilmu komunikasi pertama kali adalah retorika. Retorika merupakan seni berbicara atau kepandaian seseorang dalam berpidato didepan khalayak (Abidin, 2013:16). Teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika, maksudnya adalah retorika sebagai alat persuasi yang tersedia. Seorang pembicara yang tertarik untuk

membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan 3 (tiga) bukti retorik: logika (*logos*), emosi (*pathos*), dan etika/kredibilitas (*ethos*) (Rakhmat, 2011:7). Teori retorika merupakan teori yang memberikan petunjuk untuk menyusun sebuah presentasi atau pidato persuasif yang efektif dengan menggunakan alat-alat persuasi yang tersedia.

Retorika Denny Sumargo adalah salah satu contoh praktik retorika yang mampu mempersuasi khalayak. Denny Sumargo mampu beretorika dalam sebuah seminar pengembangan diri yang bertujuan untuk memotivasi dan menginspirasi khalayak. Pengalaman kehidupan seorang Denny Sumargo yang menarik banyak orang mampu memberikan motivasi dan inspirasi tinggi pada khalayak. Disini peneliti tertarik dan ingin mencoba mengetahui bagaimana seorang Denny Sumargo dapat melakukan retorika yang baik dan menarik.

Retorika yang dilakukan Denny Sumargo merupakan retorika berpidato dengan isi pidato tentang pengembangan diri. Pesan yang disampaikan merupakan pesan yang memotivasi, menginspirasi, mempersuasi, dan menghibur khalayak dengan menarik. Sehingga khalayak yang mendengarkan merasa senang dan merasa memiliki semangat baru untuk memulai hari baru.

Retorika pidato yang dilakukan Denny Sumargo merupakan jenis pidato impromptu. Menurut Jalaluddin Rakhmat, Impromptu merupakan jenis pidato yang bersifat langsung tanpa ada persiapan sebelumnya (Rakhmat, 2011: 17). Pidato impromptu biasanya belum dipersiapkan sebelumnya dan bersifat langsung.

Denny Sumargo yang banyak kita ketahui adalah seorang Pebasket yang sekarang merambah dunia hiburan seperti *modelling*, film, dan juga menjadi seorang pebisnis. Banyak yang tidak tahu bahwa seorang Denny Sumargo ternyata adalah seorang pembicara dalam seminar-seminar pengembangan diri di berbagai *event* sosial. Denny Sumargo sudah memiliki jam terbang yang cukup lama. Pengalamannya menjadi seorang pembicara sudah hampir 5 (lima) tahun semenjak buku biografinya terbit.

Strategi beretorika Denny Sumargo mampu memberikan pesan positif kepada khalayak. Hal ini menjadi acuan peneliti bagaimana Denny Sumargo mampu mempersuasi khalayak dengan pesan-pesan positif. Sehingga khalayak termotivasi dan terinspirasi oleh pesan yang disampaikan oleh Denny Sumargo.

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003: 301).

Strategi komunikasi bertujuan agar :

- a. Pesan mudah dipahami secara benar
- b. Penerimaan pesan dapat dibina dengan baik
- c. Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan (Effendy, 2003: 301).

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik dengan bagaimana *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang dilakukan Denny Sumargo dalam retorikanya pada sebuah seminar pengembangan diri. Penulis mengangkat tema bagaimana retorika pidato seorang Denny Sumargo pada seminar pengembangan diri ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *ethos*, *pathos*, dan *logos* Denny Sumargo kepada khalayak pada saat melakukan retorika. Retorika yang dilakukan Denny Sumargo banyak mengangkat tema pengembangan diri yang memberikan pesan dan kesan positif bagi anak muda. Banyak

khalayak yang termotivasi, terinspirasi, terpersuasif dan terhibur oleh retorika Denny Sumargo yang sangat menarik dan unik.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana *ethos* Denny Sumargo dalam seminar pengembangan diri?
2. Bagaimana *pathos* Denny Sumargo dalam seminar pengembangan diri?
3. Bagaimana *logos* Denny Sumargo dalam seminar pengembangan diri?

C. Kajian Pustaka

Berbicara dapat meningkatkan kualitas eksistensi (keberadaan) ditengah-tengah orang lain bukan sekedar berbicara, melainkan berbicara yang menarik (atraktif), bernilai informasi (informatif), menghibur (rekreatif), dan berpengaruh (persuasif). Berbicara dengan berdasarkan *seni berbicara* yang dikenal dengan istilah *retorika*. Retorika adalah seni berkomunikasi secara lisan yang dilakukan oleh seseorang kepada sejumlah orang secara langsung bertatap muka. Istilah retorika sering disamakan dengan istilah pidato.

Dalam bahasa Yunani, *rethor*, *orator*, *teacher*, retorika adalah teknik pembujuk rayuan secara persuasi untuk menghasilkan bujukan dengan melalui karakter pembicara, emosional, atau argumen (*logo*). “Plato secara umum memberikan definisi terhadap retorika sebagai seni manipulatif yang bersifat transaksional dengan menggunakan lambang untuk mengidentifikasi pembicara dengan pendengar melalui pidato, dan yang dipersuasi saling bekerja sama dalam merumuskan nilai, kepercayaan, dan pengharapan mereka” (Kenneth Burke, 1969).

Retorik (*rhetoric*, *rhetorica*) yakni ilmu berpidato (*the art of oratory*), seni penggunaan bahasa secara efektif (*the art of using language effectively*). Seni berbicara dengan baik yang dicapai berdasarkan bakat alam dan keterampilan teknis yaitu ilmu dan seni yang mengajar orang untuk terampil menyusun tuturan yang efektif atau Seni untuk “memanipulasi” percakapan (*the art of fake speech*).” (Rakhmat, 2011)

Aristoteles memfokuskan komunikasi pada komunikasi retoris atau yang lebih di kenal saat ini dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato, sebab pada masa itu seni berpidato terutama persuasi merupakan keterampilan penting yang dibutuhkan pada bidang hukum seperti pengadilan, dan teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika (mempersuasif). Objek studi retorika setua kehidupan manusia, kefasihan berbicara mungkin dipertunjukkan dalam upacara adat. Pidato disampaikan oleh orang yang mempunyai status tinggi.

Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (*Ethos*-keterpercayaan anda), argumen anda (*logos*- logika dalam pendapat anda), dan dengan memainkan emosi khalayak (*pathos*- emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi isi pesan, susunannya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari pesan khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu ke dalam suatu keadaan emosi tertentu.

Kelemahan dari model komunikasi aristoteles ini adalah bahwa komunikasi dianggap fenomena yang statis. Seseorang berbicara, pesannya berjalan kepada khalayak, dan khalayak mendengarkan. Model ini juga berfokus pada komunikasi yang bertujuan (disengaja) yang terjadi ketika seseorang berusaha membujuk orang lain

untuk menerima pendapatnya. Kelemahan lain adalah tidak dibahasnya aspek-aspek nonverbal dalam persuasi (Mulyana, 2011 : 146).

Teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika, yang disebut Aristoteles sebagai alat persuasi yang tersedia. Maksudnya, seorang pembicara yang tertarik untuk membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan tiga bukti retorik: logika (*logos*), emosi (*pathos*) dan etika/kredibilitas (*ethos*). Khalayak merupakan kunci dari persuasi yang efektif, dan silogisme retorik, yang memandang khalayak untuk menemukan sendiri potongan-potongan yang hilang dari suatu pidato, digunakan dalam persuasi. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa teori retorika adalah teori yang memberikan petunjuk untuk menyusun sebuah presentasi atau pidato persuasive yang efektif dengan menggunakan alat-alat persuasi yang tersedia.

Asumsi-asumsi Teori Retorika

Ada 2 asumsi yang terdapat dalam teori retorika, yaitu:

- *Public speaker* atau pembicara yang efektif perlu mempertimbangkan khalayak mereka. Asumsi ini mengarah kepada konsep analisis khalayak (*audience analysis*)
- *Public speaker* atau pembicara yang efektif menggunakan sejumlah bukti-bukti dalam presentasinya. Bukti-bukti yang dimaksud ini merujuk pada cara-cara persuasi yaitu *ethos, pathos, dan logos*.

1. Ethos

Ethos (*ethical*) berarti “sumber kepercayaan” (*source credibility*), yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara dia berkomunikasi, yaitu menunjukkan kepada khalayak bahwa kita memiliki kepribadian yang terpercaya dan pengetahuan yang luas;

2. Pathos

Pathos (*emotional*) berarti “imbau emosional” (*emotional appeals*), yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan “psikologi massa”, oleh karenanya kita harus dapat “mempermainkan” perasaan pendengar;

3. Logos

Logos (*logical*) berarti “imbau logis” (*logical appeals*), yaitu pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara dengan benar uraiannya masuk akal, dalam arti memiliki bukti dan contoh yang konkret pada khalayak (Abidin, 2013 : 17).

Denny Sumargo yang banyak kita ketahui adalah seorang Pebasket yang sekarang merambah dunia hiburan seperti *modelling*, film, dan juga menjadi seorang pebisnis. Banyak yang tidak tahu bahwa seorang Denny Sumargo ternyata adalah seorang pembicara dalam seminar-seminar pengembangan diri di berbagai *event* sosial. Denny Sumargo sudah memiliki jam terbang yang cukup lama. Pengalamannya menjadi seorang pembicara sudah hampir 5 (lima) tahun semenjak buku biografinya terbit.

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif, yang bertujuan untuk memaparkan situasi atau peristiwa dan menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah berdasarkan fakta, kemudian diambil kesimpulannya. Dalam hal ini, fakta yang

akan dipaparkan adalah berupa hasil wawancara penulis dengan Denny Sumargo dan penyebaran angket kepada peserta seminar pengembangan diri sebanyak 119 peserta.

E. Temuan Penelitian

1. Ethos

Ethos (*ethical*) karater yang dimiliki Denny Sumargo:

- Kepercayaan, Denny Sumargo sebagai pembicara sudah memiliki kepercayaan. Artinya, Denny Sumargo sebagai pembicara sudah dapat dipercaya oleh peserta seminar. Pengalaman dan jam terbang Denny sumargo di dunia retorika sudah cukup lama. Sejak tahun 2009 hingga sekarang ini membuktikan bahwa Denny Sumargo dapat dipercaya sebagai pembicara
- Daya tarik yang dimiliki Denny Sumargo tidak hanya dari fisik dan prestasi saja, latar belakang pendidikan Denny Sumargo dan pengalaman hidup Denny Sumargo mampu menarik banyak khalayak. Denny Sumargo memiliki ciri khas tersendiri. Salah satu daya tarik yang dimiliki Denny sumargo adalah dalam setiap menyampaikan pesan, Denny Sumargo selalu menunjukan keseriusan dan fokus dalam pembicaraan. Ini merupakan salah satu nilai positif terhadap Denny Sumargo.
- Kemampuan Denny Sumargo menyampaikan pesan dalam retorikanya sudah baik dan menarik. Kemampuan ini terlihat dari respon positif dari peserta seminar pengembangan diri.

Berdasarkan data di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden beranggapan bahwa kemampuan Denny sumargo dalam seminar pengembangan diri ini sudah mampu dalam menyampaikan isi pesan.

2. Pathos

Pathos (*emotional*) yang dimiliki Denny Sumargo meliputi:

- Dorongan, Denny Sumargo memiliki dorongan positif yang diberikan oleh peserta seminar. Respon positif dari peserta seminar mendorong emosional Denny Sumargo dalam menyampaikan pesan dalam seminar pengembangan diri. Dalam hal ini, Denny Sumargo sudah mampu memberikan dorongan positif kepada khalayak.
- Mempengaruhi, dalam seminar pengembangan diri yang dilaksanakan Denny Sumargo sudah mampu mempengaruhi peserta. Mempengaruhi disini adalah Denny Sumargo mampu memberikan motivasi dan inspirasi kepada peserta seminar.
- Harapan, dengan adanya seminar pengembangan diri yang dilakukan Denny Sumargo ini, Denny Sumargo mengharapkan pesan yang disampaikan diterima dengan baik. Harapan itu berupa menerapkan apa yang sudah disampaikan kepada khalayak tentang mengembangkan diri dengan berperilaku positif untuk meraih kesuksesan.

Sebagai pembicara dalam seminar pengembangan diri, pembicara harus mampu memngubah dan mempengaruhi khalayak dengan baik. Memberikan contoh dan gambaran tentang suatu hal yang mampu membuat khalayak merasa

terinspirasi. Inspirasi merupakan ilham yang timbul dari diri kita dengan melibatkan suatu hal.

Dari hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa Denny Sumargo dapat menginspirasi khalayak atau peserta seminar dengan baik. Sambutan peserta seminar terhadap perjalanan hidup Denny Sumargo mampu memberikan pertimbangan penting bagi masing-masing individu.

3. Logos

Logos (*logical*) yang dimiliki Denny Sumargo meliputi:

- Bahasa, bahasa yang digunakan Denny Sumargo sangat santai tapi serius. Bahasa yang digunakan Denny Sumargo mampu dipahami dengan baik oleh peserta seminar. Dalam penyampaian pesannya, Denny Sumargo selalu menjelaskan pesannya dengan detail, serius dan sangat fokus. Bila ada penjelasan yang disampaikan Denny sumargo jelaskan, Denny Sumargo selalu memberikan penjelasan lebih serius dan mengembangkan lagi pembahasannya secara luas dengan contoh-contoh kasus. Ini dilakukan Denny Sumargo untuk mempermudah peserta untuk mencerna dan mengerti apa yang sudah disampaikan.
- Gaya berkomunikasi, gaya komunikasi Denny Sumargo sangat santai, menarik, fokus dan serius. Artinya gaya komunikasi Denny sumargo disini sangat natural dan mampu memnunjukkan nilai positif dari khalayak untuk Denny Sumargo. gaya bahasa yang informal dipadukan dengan gaya komunikasi masa kini yang membuat peserta merasa nyaman dan tertarik dengan topik pembicaraan Denny Sumargo.
- Akurasi topik, pesan yang disampaikan Denny sumargo sudah akurat. Denny sumargo menyampaikan pesannya berdasarkan atas pengalaman dari perjalanan hidupnya sendiri. Artinya, Denny Sumargo menceritakan tentang perjalanan hidupnya sendiri kepada khalayak berdasarkan atas pengalaman hidupnya sendiri.

Aktualitas topik, menurut asal katanya berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-keduanya erat sekali berkaitan dengan berita yang disiarkan televisi ataupun media massa lainnya, misalnya seperti surat kabar. Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang terjadi kini, mengenai peristiwa yang baru terjadi dan yang dilaporkan harus benar. Aktualitas sebagai ciri dari surat kabar adalah pertama, yakni kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita (Effendy, 1993:90).

Hasil keseluruhan penelitian ini adalah bahwa retorika pidato Denny Sumargo dalam seminar pengembangan diri ini sudah baik dan sudah sesuai berdasarkan asumsi dari beberapa ahli. Hasil ini ditunjukkan dari hasil wawancara terbuka dengan Denny sumargo dan hasil angket yang disebar kepada peserta seminar.

Daftar Pustaka

- Abidin, Y Z. 2013. *Pengantar Ilmu Retorika*. Bandung.
- Astuti, Navita Kristi. 2011. *Jurus Kilat Jago Public Speaking Secara Otodidak*. Jakarta: Laskar Aksara
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Davonar, Agnes. 2009. *Denny Sumargo*. Jakarta: PT. Percetakan Penebar Swadaya.

- Djuharie, Setiawan O. 2001. *Pedoman Penulisan Skripsi Tesis Disertasi*. Bandung: YramaWisaya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakrya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Keraf Gorsyi. *Diksi dan Gaya Bahasa Seri Retorika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2006
- Kriyanto, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- _____, 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sirait, Charles Bonar. 2010. *The Power of Public Speaking*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- West, Richard dan H, Turner, Lynn. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Haminka.
- Wijaya, Johannes Arifin dan Setiawan, Budi. 2007. *Public Speaking Is Easy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zuhri, Saifudin. 2010. *Public Speaking*. Yogyakarta: Graha Ilmu.