

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian *Public Speaking*

Secara bahasa *Public Speaking* berasal dari dua kata Bahasa Inggris yaitu *Public* dan *Speaking*. Dalam kamus Bahasa Inggris-Indonesia *Public* berarti publik, umum dan masyarakat. *Speaking* bermakna bicara atau pembicaraan. *Public Speaking* bisa diartikan pembicaraan di depan publik atau bicara publik.¹

Dalam ilmu komunikasi, dikenal lima jenis komunikasi, yaitu komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi massa, komunikasi intrapersonal, dan komunikasi antarpersonal. *Public speaking* merupakan jenis komunikasi publik. Agar lebih jelas, saya paparkan definisi *public speaking* dari beberapa sumber, yaitu:

Kamus *Webster's Third New International Dictionary* menjelaskan bahwa "*public speaking* adalah proses pembicaraan di depan publik (*the act of process of making speeches in public*); dan seni serta ilmu pengetahuan mengenai komunikasi lisan yang efektif dengan para pendengarnya (*the art or science of effective oral communication with an audience*)."

David Zarefsky dalam bukunya *Public Speaking Strategic for Succes* mengatakan "*public speaking* adalah suatu proses komunikasi yang berkelanjutan di mana pesan dan lambing bersirkulasi ulang secara terus-menerus antara pembicara dan para pendengarnya (*Public speaking is a continous communication process in which messages and signals circulate back and fort between speaker and listeners*)." Charles Bonar Sirait mendefinisikan "*public speaking* dengan kombinasi antara

¹Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di depan Publik Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 14.

manajemen, seni, kemampuan diri serta pengalaman dalam berbicara di depan umum.”²

Definisi *public speaking* secara luas dikemukakan oleh Ruli Tobing, yaitu rangkaian cara berpikir yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang berasal dari pengumpulan seluruh talenta manusia, masa sekarang, serta masa yang akan datang dan dipadukan dengan etika, pola perilaku, ilmu pengetahuan, teknologi, budaya, analisis keadaan, dan faktor lainnya. Faktor-faktor ini dikemas dalam bentuk kalimat atau ucapan yang mengandung makna strategi komunikasi di baliknya, guna mencapai tujuan. Sementara itu, dalam *Himpunan Istilah Komunikasi* yang ditulis oleh YS. Gunadi “*public speaking* diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan secara lisan tentang suatu topik dihadapan orang banyak.”

Dari beberapa pendapat di atas, kita dapat menarik kesimpulan bahwa *public speaking* adalah seni atau ilmu berbicara untuk menyampaikan sesuatu hal di hadapan orang banyak dengan tujuan tertentu. Sebagai ilmu, *public speaking* berarti suatu keahlian yang harus dipelajari secara serius. Sebab, di dalamnya terdapat teori-teori yang berfungsi sebagai panduan tatkala akan mempraktikkannya. Sebagai seni, *public speaking* berkaitan dengan teknik atau kiat berbicara yang harus dilatih secara tahap demi tahap dan disampaikan dengan kemasan yang menarik.³

Menurut Kenneth Burke bahwa “setiap bentuk-bentuk komunikasi adalah sebuah drama. Karenanya seorang pembicara hendaknya mampu ‘mendramatisir’ keadaan khalayaknya (*Dramaturgical Theory*).” Menurut Walter Fisher bahwa “setiap komunikasi adalah bentuk dari cerita (*storytelling*).” Oleh karena itu, jika kita mampu bercerita sesungguhnya kita punya potensi untuk berceramah (*Narrative Paradigm*). Pada zaman dahulu

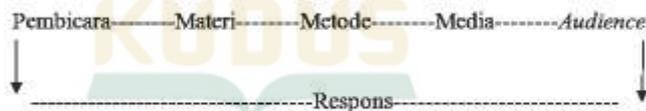
² Amirulloh Syarbini, *BUKU PANDUAN GURU HEBAT INDONESIA Rahasia Menjadi Guru Hebat dengan Keahlian Public Speaking, Menulis Buku dan Artikel di Media Massa*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 42.

³ Amirulloh Syarbini, *BUKU PANDUAN GURU HEBAT INDONESIA Rahasia Menjadi Guru Hebat dengan Keahlian Public Speaking, Menulis Buku dan Artikel di Media Massa*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 43-44.

retorika dikenal sebagai *public speaking*. Retorika (*rethoric*) biasanya disinonimkan dengan kepandaian berpidato atau seni yang memiliki tujuan menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka mengikuti kehendak kita. Menurut Petinggi roma bahwasannya “orang Yunani mempengaruhi mental kaum muda.” Pada Konsulat Fannius dan Massala mengusir orang keturunan Yunani sekitar abad ke dua SM. Para ahli retorika yang dipanggil Roma merupakan *figure public speaking* yang dituntut untuk berani bicara dan mereka akan diangkat menjadi guru di Roma. Suatu ilmu retorika dan dialektika atau *public speaking* dibina oleh Bangsa Romawi, sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa peran penting ilmu *public speaking* bagi pemerintahan sangat berguna untuk menguasai khalayak atau massa.⁴

2. Unsur-unsur Public Speaking

Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, *public speaking* merupakan jenis komunikasi publik. Para ahli mendefinisikan komunikasi dengan “*Who says what to whom and with what effect*”. Artinya, apa yang diserukan atau disampaikan oleh siapa, kepada siapa, dengan cara bagaimana, melalui media apa, dan untuk apa. Dan berdasarkan rumusan ini, dapat dijelaskan bahwa setiap proses komunikasi melibatkan unsur-unsur sebagaimana diperlihatkan gambar berikut:



Dengan melihat proses komunikasi tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa unsur *public speaking*, anatara lain meliputi:

Pertama, pembicara publik (*public speaker*) yaitu orang yang melakukan kegiatan berbicara di hadapan orang banyak. Seseorang dijuluki *public speaker* biasanya dikarenakan memiliki kemampuan dan keahlian khusus

⁴ Saifuddin Zuhri, *Public Speaking*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2010), 2.

untuk berbicara di depan umum. Dalam kasus sehari-hari, terutama dalam masyarakat Indonesia, *public speaker* biasa dikenal dengan sebutan muballigh/ da'i, motivator, inspirator, presenter dan sejenisnya. Untuk menjadi *public speaker* tidaklah mudah.

Kedua, materi yaitu pesan (*message*) yang akan disampaikan oleh pembicara publik kepada *audience*. Dalam aktifitas training, materi biasanya berupa topik/ tema pembicaraan yang ingin disampaikan oleh *public speaker* kepada peserta trainingnya. Kita mengenal Ary Ginanjar Agustian dengan materi *Emosional Spiritual Quotient* (ESQ). Tung Desem Waringin dengan *Marketing Revolution*, Mario Teguh dengan *Golden Ways* dan lainnya. Sedangkan dalam konteks dakwah, materi di sini berarti ajaran Islam dengan berbagai substansinya. Ia dapat dikutip dan ditafsirkan dari sumbernya, yaitu al-Qur'an dan Hadis. Ia juga dapat dikutip dari rumusan yang telah disusun oleh para ulama atau pakar.

Ketiga, *audience* yaitu sasaran pembicaraan atau *mustami*' dalam terminology lain. Ia adalah obyek yang dituju oleh pembicara publik, baik laki-laki ataupun perempuan, anak-anak atau orang dewasa, pejabat atau rakyat, karyawan biasa atau direktur, mahasiswa atau dosen dan seterusnya, yang berkumpul menjadi satu/ kolektif. Dalam konteks dakwah Islam, *audience* meliputi segenap umat manusia, baik individu, keluarga, masyarakat, dan bangsa-bangsa di dunia dengan berbagai latar belakang suku bangsa, adat-istiadat, warna kulit, maupun status sosial lainnya.

Keempat, metode yaitu cara yang digunakan pembicara publik dalam kegiatan *public speaking*. ia juga disamakan sebagai alat yang menjadi kelengkapan dari metode. Ada banyak cara/ metode yang dapat digunakan dalam aktifitas *public speaking*, antara lain; (1) ceramah; (2) dialog; (3) diskusi; (4) presentasi tutorial; (5) presentasi multimedia; (6) game; (7) musik; (8) film; (9) kontemplasi; dan sebagainya.

Kelima, media, yaitu saluran yang digunakan dalam *public speaking*. Ia dapat berupa saluran langsung tatap muka (*face to face*) antara pembicara dan *audience*.

Juga dapat berupa saluran bermedia yang meliputi; (1) Media auditif, yaitu semua media yang pesan komunikasinya disampaikan dan diterima mengandalkan pada kemampuan suara dan pendengaran; (2) Media visual, yaitu media yang disampaikan maupun penerimaan pesannya menggunakan indera penglihatan; (3) Media audio-visual, yaitu media yang menggabungkan unsur penglihatan, pendengaran, dan tampilan.

Keenam, tujuan yaitu hasil akhir yang ingin dicapai dari aktifitas *public speaking*. Ia dapat dirumuskan dalam bentuk tujuan yang sangat spesifik sampai tujuan yang sangat umum. Dalam bahasa Inggris, tujuan dapat dipilah dengan istilah *target*, *objective*, *purpose*, *aim* dan *goal*.

Adanya berbagai unsur di atas mengindikasikan bahwa *public speaking* bukanlah sesuatu yang mudah. Sekali lagi, untuk memiliki keahlian *public speaking* tidaklah mudah. Keahlian berbicara di hadapan orang banyak memerlukan latihan yang intensif. Kemampuan *public speaking* merupakan keahlian yang harus dipelajari, bukan keahlian karena bakat atau warisan. Lama-kelamaan kualitas akan berkurang ketika orang yang memiliki bakat berbicara dengan baik tidak mau latihan serius.

Mengingat tidak mudahnya *public speaking* tersebut maka orang yang memiliki kemampuan *public speaking* merupakan orang luar biasa. Orang yang memiliki kemampuan *public speaking* biasanya akan mendapatkan posisi unggul di komunitasnya. Kemampuan *public speaking* juga akan menambah citra seseorang, lebih mudah mendapatkan relasi dan memiliki pengaruh yang lebih dibandingkan orang lain.⁵ Berikut ini dampak dari kemampuan *public speaking*:

a. Popularitas Meningkat

Siapa yang tidak mengenal Mario Teguh, Tukul Arwana, Zainuddin MZ, Ary Ginanjar

⁵ Amirulloh Syarbini, *JAGO PUBLIC SPEAKING DAN PINTAR WRITING Membongkar Rahasia Sukses Menjadi Pembicara dan Penulis Hebat*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 6-10.

Agustian, Tung Desem Waringin, Andrie Wongso, Abdullah Gymnastiar, Yusuf Mansur, dan lainnya. Apa yang menyebabkan mereka sangat terkenal? Kita pasti sepakat, penyebabnya adalah karena mereka pembicara publik yang dahsyat. Ya, mereka populer karena kemampuan mereka berbicara. Dengan kehebatan berbicara, entah itu cara penyajiannya, materi yang disampaikannya, atau gaya personalnya, mereka akan semakin diingat dalam benak semua orang.

Semakin hebat seseorang dalam berbicara di publik, maka semakin naiklah popularitasnya. Di mana pun tempatnya, pembicara publik selalu lebih populer dibandingkan yang tidak mahir *public speaking*. Di sebuah organisasi, misalnya orang yang mahir *public speaking* akan cepat menonjol dan dia bisa sangat berpengaruh. Juga di perguruan tinggi, dosen yang mahir dalam *public speaking* akan lebih mudah dikenal mahasiswanya dan koleganya karena ia terbiasa mengisi diskusi, menjadi pembicara seminar, pemimpin rapat atau kegiatan akademik lainnya. Pastinya, kemampuan *public speaking* akan menambah citra dosen lebih baik, terkesan lebih pintar.

b. Pendapatan Berlipat

Sebagian besar orang sukses dari bidang apa pun selalu memiliki daya jual yang membuatnya mahal, yaitu “Kemampuan Berbicara”. Nama-nama besar yang dikenal memiliki kehebatan berbicara di negeri ini adalah mereka yang mempunyai penghasilan luar biasa. Keterampilan berbicara dahsyat berimbas langsung pada pendapatan yang akan diperoleh.

Anda tahu berapa bayaran yang diperoleh Tung Desem Waringin (TDW) untuk mengisi training atau seminar dalam sehari? Menurut informasi yang saya dapat, sekali mengisi seminar, TDW dibayar tidak kurang dari 80 juta. Bisa kita bayangkan, jika setiap hari TDW mengisi training,

berapa banyak pundi-pundi rupiah yang berhasil dikumpulkan dalam sebulan.

Demikian juga dengan Mario Teguh dan Tukuil Arwana, hanya dua jam tampil *live* di televisi, mereka dibayar sekitar 20 juta. Hal serupa juga terjadi pada muballigh kondang seperti Aa Gym, Yusuf Mansur, Ustad Jefry al-Buchari, Zainuddin. MZ dan yang selevel dengan mereka, sekali ceramah (hanya 1 jam) mereka mendapatkan bayaran tidak kurang dari 10 juta.

Fakta di atas menegaskan kepada kita bahwa menjadi pembicara publik adalah pekerjaan yang menggiurkan, bukan sekedar cuap-cuap tanpa hasil. Semakin hebat Anda berbicara dan semakin sering Anda diundang untuk menjadi pembicara, semakin meningkat penghasilan yang Anda peroleh.

c. Karier Melesat

Dengan kemampuan berbicara dahsyat, seseorang mampu menanamkan sebuah kesan yang dalam bagi setiap lawan bicaranya. Kemampuan berbicara yang seperti ini akan membuat nilai diri seseorang meningkat dibandingkan nilai diri seorang yang sebenarnya memiliki pengetahuan atau pendidikan baik, tetapi tidak mampu mengutarakan pendapatnya di depan publik. Ini sudah terbukti, mereka yang tidak memiliki pendidikan tinggi ternyata mampu mengungguli banyak orang yang sejatinya memiliki pengetahuan dan pendidikan lebih tinggi. Nama-nama besar seperti Tukul Arwana (presenter) atau Andrie Wongso (motivator) adalah salah satu bukti nyata bahwa keterbatasan pengetahuan dan pendidikan mampu dihapuskan dengan kehebatan berbicara mereka.

Dalam sebuah perusahaan, orang yang memiliki kemampuan PS akan lebih cepat naik posisi. Pada awalnya, mungkin ia bekerja sebagai *salesman* atau tenaga marketing. Akan tetapi, setelah teruji kemampuan bicaranya melalui ide-ide berilian yang dilontarkan sehingga mendobrak omzet perusahaan, sang direktur langsung melirikinya untuk

ditempatkan pada posisi yang lebih tinggi. Kasus ini terjadi diri Tung Desem Waringin. Pada 1992, ia diterima oleh BCA sebagai karyawan biasa, yaitu menjadi tim auditor. Pada 2005, ia menjadi kepala cabang BCA di Malang. Tiga tahun kemudian (1998), ia menjadi salah satu Vice President di bank terkemuka itu. Semua itu terjadi berkat kemahiran TDW dalam berbicara.

d. Pengaruh Dahsyat

Indonesia memiliki banyak pembicara hebat seperti Ir. Soekarno, M. Natsir, Hamka, dan lainnya. Mereka telah tiada, tapi ide, pemikiran, dan karya mereka tetap menjadi pegangan warga Negara Indonesia sampai saat ini. Saat kita berbicara nasionalisme, misalnya, nama Soekarno selalu disebut menjadi rujukan.

Dalam konteks saat ini, kita pun bisa melihat bagaimana pengaruh para pembicara hebat negeri ini. Tabligh akbar yang di isi oleh Abdullah Gymnastiar, Yusuf Mansur, Jefry Buchori, Arifin Ilham, dan Zainuddin M.Z, selalu dipadati oleh ribuan bahkan jutaan jamaah. Demikian juga training/ seminar yang pembicaranya Tung Desem Waringin, Ary Ginanjar Agustian, Andrie Wongso, dan Mario Teguh, selalu diserbu oleh ribuan peserta meskipun harga tiket masuknya begitu mahal untuk ukuran orang biasa.

Juga buku-buku yang ditulis oleh pembicara hebat seperti *Marketing Revolution* karya TDW, *Emosional Spiritual Quotient* Aa Gym, *Kun Fayakun atau Keajaiban Sedekah* karya Yusuf Mansur, selalu menjadi *bestseller* yang dibaca oleh hampir seluruh warga negeri ini. Sebenarnya masih banyak manfaat yang dirasakan oleh orang yang memiliki keahlian berbicara di perusahaan ternama, lebih mudah menjadi pemimpin, dan sebagainya. Akan tetapi,

pada pembahasan ini dicukupkan pada empat manfaat di atas.⁶

3. Teknik Dasar dalam *Public Speaking*

Ada beberapa teknik dasar dalam *public speaking* yang harus *diketahui*, yaitu sebagai berikut:

a. *Light A Fire*

Bagian pertama dalam *public speaking* adalah bagaimana membuka perhatian audiensi. *Light a fire* dalam hal ini adalah bagaimana membakar semangat audiensi untuk tetap fokus dan konsentrasi dengan apa yang kita sampaikan. Bagaimana caranya membuat audiensi tersebut tetap duduk dan memperhatikan ketika kita berbicara di hadapan mereka.

b. *Make A Bridge*

Bangunlah sebuah jembatan sebelum menuju ke acara inti. Buatlah sebuah perumpamaan atau sekedar *intermezzo* yang tidak terlalu jauh dari tema yang akan Anda ambil. Semisal Anda ingin berbicara mengenai kepenulisan, maka tidak ada salahnya bila Anda ceritakan terlebih dahulu awal pertama Anda menyukai hobi tulis menulis atau beberapa cerita tentang kesuksesan para penulis.

c. *For Instance*

Untuk meyakinkan apa yang Anda sampaikan, tidak ada salahnya bila Anda memberikan beberapa contoh nyata yang mungkin masih bisa mereka lihat pada saat ini. Jangan pernah menjadikan sesuatu yang sudah lewat sebagai sebuah contoh. Sebagai contoh adalah Anda ingin menceritakan tentang sebuah bangunan bersejarah, tetapi bangunan tersebut sudah hancur terkena gempa dan lain sebagainya.

d. *Open Mind*

Bukalah pikiran Anda untuk bisa melihat lebih jauh sampai di mana para audiensi tersebut memahami apa yang Anda sampaikan. Buatlah sebuah sesi Tanya

⁶ Amirulloh Syarbini, *BUKU PANDUAN GURU HEBAT INDONESIA Rahasia Menjadi Guru Hebat dengan Keahlian Public Speaking, Menulis Buku dan Artikel di Media Massa*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2017), 48-53.

jawab atau penyampaian opini. Biarkan mereka menyampaikan pendapatnya, karena setiap orang pasti memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap suatu permasalahan.

e. *What Next ?*

Terakhir adalah dengan membuat kesimpulan atau harapan. Biasanya, para pembicara akan membuat *closing* (penutupan) dengan mengatakan, “*Saya harap setelah acara ini selesai kita semua dapat...*” atau bisa juga dalam bentuk kesimpulan, seperti misalnya dengan mengatakan, “*Dari apa yang saya sampaikan tadi, kita bisa mengambil kesimpulan bahwa...*”⁷

4. Pentingnya Bahasa Tubuh dalam *Public Speaking*

Ada berbagai cara untuk menunjukkan bahasa tubuh seperti, pandangan mata, isyarat, ekspresi wajah, sentuhan, artifak (lambang yang digunakan), suara, diam, waktu, gerakan tubuh, serta postur. Sebagian orang terkadang menyepelkan masalah bahasa tubuh ini. Tetapi sebenarnya, bahasa tubuh sangat penting bagi Anda yang ingin menjadi seorang *public speaking*. Sebagai contohnya adalah ekspresi wajah menunjukkan perasaan, postur tubuh mencerminkan kecenderungan sikap dan keadaan emosi, pandangan mata Anda bisa mempertegas makna dari apa yang Anda sampaikan dan masih banyak lagi.

Dalam buku *Nonverbal Communication in Human Interaction* karya Knapp, M.L. dijelaskan, bahwa bahasa tubuh memiliki beberapa fungsi seperti berikut di bawah ini:

- a. Repitisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang disampaikan secara verbal.
- b. Substitusi, yaitu menggantikan lambang verbal.
- c. Kontradiksi, yaitu menolak sebuah pesan verbal dengan cara memberikan makna lain dengan menggunakan pesan nonverbal.
- d. Pelengkap, yaitu melengkapi dan memperkaya pesan nonverbal.

⁷ Kholif atul Adha, *Panduan Mudah Public Speaking* (Yogyakarta: KOMUNIKA, 2016), 62-63

e. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan nonverbal.

Ada beberapa hal yang hanya bisa disampaikan dengan bahasa tubuh. Sebab tidak semua hal bisa dijelaskan dengan kata-kata, hal tersebut memang real. Untuk itulah penggunaan bahasa tubuh dalam *public speaking* memang sangat diperlukan. Berikut ini adalah beberapa macam bahasa tubuh yang bisa Anda gunakan dalam *public speaking*:

a. Ekspresi wajah

Ekspresi wajah merupakan cara yang paling sering digunakan untuk berkomunikasi. Biasanya ekspresi wajah digunakan untuk memberikan reaksi terhadap sebuah pesan atau menyampaikan sesuatu secara emosional atau bereaksi terhadap suatu pesan.

b. Gerak tubuh

Ada beberapa gerakan tubuh yang sering digunakan oleh seseorang. Hebatnya lagi, tidak banyak orang yang bisa menerjemahkan berbagai gerakan tubuh tersebut, seperti misalnya:

- 1) Menyibakkan rambut, ketika Anda mulai menyibakkan rambut, hal tersebut bisa diartikan bahwa Anda sedang grogi. Selain itu, gerakan tersebut juga bisa digunakan untuk menarik perhatian lawan jenis dengan gaya yang elegan dan feminim.
- 2) Menggigit bibir, gerakan menggigit bibir bisa diartikan sebagai ungkapan grogi dalam diri Anda. Ketika Anda sedang menggigit bibir, hal tersebut berarti Anda mencoba untuk menenangkan diri Anda.
- 3) Menggaruk hidung, gerakan ini sangat berbahaya terutama bagi Anda yang sedang berusaha memaparkan fakta (pesan-pesan) tertentu. Gerakan menggaruk hidung bisa diterjemahkan dengan arti bahwa Anda sedang berbohong. Hal tersebut, seperti yang disampaikan oleh Michael Cunningham, Amerika Serikat. Cunningham berkata "*Ketika seseorang berbohong, maka adrenalinnya akan meningkat. Hal ini, akan*

menyebabkan pembuluh kapiler membesar dan membuat hidung menjadi gatal.”

- 4) Menutup dan mengusap mata, gerakan tersebut bisa berarti bahwa Anda tidak tertarik dengan ucapan yang disampaikan oleh orang-orang di sekitar Anda. Ada beberapa bagian tertentu dalam *public speaking* di mana seorang penceramah merasa tidak nyaman dengan apa yang disampaikannya tersebut mulai masuk dalam ranah *privacy*.

Ada beberapa gerakan tubuh yang tidak boleh Anda lakukan ketika sedang berbicara di depan umum. Gerakan-gerakan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Bersedekap, sikap bersedekap ketika Anda berbicara harus Anda hindari karena member kesan santai sekaligus angkuh.
- 2) Kedua tangan di samping, lurus ke bawah. Sikap semacam itu harus Anda hindari karena memberikan kesan sigap. Walaupun sikap tersebut sangat enak dilihat, tetapi Anda harus menghindarinya karena sikap sigap semacam itu bisa memberi kesan sebagai “orang yang siap menerima perintah”.
- 3) Menggaruk-garuk kepala, sikap ini merupakan sikap yang paling fatal bagi seseorang yang sedang berpidato. Dengan menggaruk-garuk kepala, orang akan berpikir bahwa Anda kurang percaya diri.
- 4) Tersenyum sambil mengangkat salah satu alis, sikap tersebut harus dihindari karena bisa menunjukkan kesan nakal atau jahat dalam diri Anda.
- 5) Mengangkat alis, sikap mengangkat alis ini bisa diterjemahkan menjadi beberapa arti. Salah satunya adalah sikap mengangkat alis tersebut berarti Anda sedang terkejut. Sikap ini harus dihindari karena bisa menunjukkan ketidaksiapan Anda (dalam menerangkan materi atau menghadapi audiensi)

- 6) Meremas-remas tangan, gerakan ini memiliki makna negatif yang menunjukkan bahwa Anda sedang tegang, canggung, cemas, stress, dan masih banyak lagi.
- c. Sentuhan
Memberikan sentuhan merupakan bentuk komunikasi personal yang bersifat spontan. Seseorang dapat menunjukkan perhatian yang sungguh-sungguh, dukungan emosional, kasih sayang, simpati dan sebagainya melalui sentuhan.
- d. Postur tubuh
Postur tubuh yang tegap bisa menunjukkan kesiapan Anda. Tunjukkanlah bahwa Anda benar-benar siap dan dalam keadaan sehat untuk menyampaikan gagasan Anda.⁸

5. Pengertian Kepercayaan Diri

Percaya diri adalah salah satu kunci kesuksesan hidup.⁹ Percaya diri merupakan aspek yang sangat penting bagi seseorang untuk dapat mengembangkan potensinya. Jika seseorang memiliki bekal percaya diri yang baik, maka individu tersebut dapat mengembangkan potensinya dengan mantap.¹⁰ Menurut Psikolog W.H. Miskell di tahun 1939 mendefinisikan bahwa “percaya diri sebagai kepercayaan akan kemampuan yang memadai dan menyadari kemampuan yang dimiliki, serta dapat memanfaatkannya secara tepat.” Kepercayaan diri diartikan sebagai merasa positif tentang apa yang bisa Anda lakukan dan tidak mengkhawatirkan apa yang tidak bisa dilakukan tetapi memiliki kemauan untuk belajar. Kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang mampu mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang di hadapinya.

⁸ Kholifatul Adha, *Panduan Mudah Public Speaking*, (Yogyakarta: KOMUNIKA, 2016), 83-87.

⁹ Yusuf al-Uqshari, *PERCAYA DIRI PASTI*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), 6.

¹⁰ Rina Aristiani, “Meningkatkan Percaya Diri Siswa Melalui Layanan Informasi Berbantuan Audiovisual”, *Jurnal Konseling GUSJIGANG* Vol. 2 No. 2 (Juli-Desember 2016).

Maslow menyatakan bahwa, “kepercayaan diri merupakan modal dasar untuk pengembangan aktualisasi diri (eksplorasi segala kemampuan dalam diri), dengan percaya diri seseorang akan mampu mengenal dan memahami diri sendiri.”¹¹ Individu yang percaya diri memiliki keyakinan atas kemampuan yang dimilikinya sehingga penyelesaian masalah mampu dilakukan dengan mudah ketika seseorang mengetahui kebutuhan dalam hidupnya, serta mempunyai sikap positif yang didasari keyakinan akan kemampuannya. Menurut Widjaja, “hidup sangat diperlukan kepercayaan terhadap diri sendiri agar bisa melewati tantangan, berani mengambil resiko, tidak takut gagal, berani berpendapat, bisa berpikir realistis, dan bisa menghargai orang lain.”¹²

6. Ciri-ciri Orang Percaya Diri

Lauster seorang ahli psikolog memaparkan “ciri dari percaya diri yaitu tidak mementingkan diri sendiri, tidak membutuhkan dukungan yang berlebihan dari orang lain, serta memiliki sikap gembira dan optimis.”¹³ Ciri orang yang percaya diri bisa diamati baik secara verbal maupun nonverbal. Secara verbal antara lain:

- a. Menggunakan ungkapan “saya ingin” atau “saya pikir”.
- b. Menawarkan kritik membangun, tidak menyalahkan, atau mengharuskan.
- c. Menghargai hak orang lain
- d. Menawarkan saran perbaikan, bukan nasehat atau perintah.

¹¹ Sari Maimunah, “Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Kemampuan Berkomunikasi (*Public Speaking*) Pada Alumni Kahfi Motivator School Tangerang Selatan Tahun Ajaran 2015” (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), diakses pada 5 Februari 2020.

¹² Tara Gheasanti dkk, “Berpikir Positif dan Kepercayaan diri Meningkatkan Melalui Konseling Kelompok”, *Indonesian Journal of Guidance and Counseling*: 7 (4) (2018) 52-58, diakses pada tanggal 12 Maret 2020, <http://journal.Unnes.ac.id/sju/index.php/jbk>.

¹³ Pradipta Sarastika, *Buku Pintar Tampil Percaya Diri*, (Yogyakarta: Araksa, 2014), 54.

- e. Membuat ungkapan yang jujur, jelas, singkat, dan langsung pada masalah.
- f. Mengkomunikasikan sikap saling menghargai pada saat kebutuhan dari dua orang sedang bertentangan, dan mencari penyelesaian yang dapat di terima kedua belah pihak.
- g. Mengajukan pertanyaan untuk menemukan pemikiran dan perasaan orang lain.

Adapun secara nonverbal adalah:

- a. Berbicara dengan mantap, teratur menekankan kata-kata kunci.
- b. Berbicara dengan jelas, mantap dan tegas.
- c. Bersikap terbuka dan mendukung komentar mereka.
- d. Melakukan kontak mata dengan intens dan pantas.
- e. Ekspresi wajah santai, tersenyum ketika merasa senang.
- f. Duduk atau berdiri dengan tegak dan santai.¹⁴

7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Percaya Diri

Beberapa faktor yang mempengaruhi sikap percaya diri, diantaranya yaitu:

- a. Konsep Diri

Terbentuknya kepercayaan diri pada seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulan suatu kelompok. Konsep diri bisa diperoleh dari hasil interaksi.
- b. Harga Diri

Dari konsep diri yang positif akan terbentuk harga diri yang positif pula. Harga diri merupakan penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri. Tingkat kepercayaan diri seseorang dipengaruhi oleh tingkat harga diri seseorang.
- c. Pengalaman

Adanya pengalaman dapat menjadi faktor pendukung dan penghambat rasa percaya diri

¹⁴ Pradipta Sarastika, *Buku Pintar Tampil Percaya Diri*, (Yogyakarta: Araksa, 2014), 55.

seseorang. Hal terpenting untuk mengembangkan kepribadian yang sehat adalah pengalaman masa lalu.

d. Pendidikan

Tingkat pendidikan yang rendah akan menjadikan orang tersebut tergantung dan berada di bawah kekuasaan orang lain yang lebih pandai darinya. Hal ini sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, seseorang yang percaya diri lebih dominan dipengaruhi oleh konsep diri dan pendidikan. Adanya konsep diri dan pendidikan, seseorang akan mudah dalam menghadapi suatu masalah timbul dengan obyektif serta dapat menyikapi suatu permasalahan dengan bijak dan bertanggungjawab.¹⁵

8. Santri dan Pesantren

Santri memiliki kebiasaan-kebiasaan tertentu. “Santri memberikan penghormatan yang terkadang berlebihan kepada kiainya”. Kebiasaan ini menjadikan santri bersikap sangat pasif karena khawatir kehilangan barokah. Kekhawatiran ini menjadi salah satu sikap yang khas pada santri dan cukup membedakan dengan kebiasaan yang dilakukan oleh siswi-siswi sekolah lembaga kursus.¹⁶ Santri adalah peserta didik yang belajar atau menuntut ilmu di pesantren. Manfred Ziemek mengklasifikasikan istilah “santri” ini ke dalam dua kategori, yaitu “santri mukim” dan “santri kalong”. Santri mukim adalah santri yang bertempat tinggal di pesantren, sedangkan santri kalong adalah santri yang tinggal di luar pesantren yang mengunjungi pesantren secara teratur untuk belajar agama. Termasuk dalam kategori yang disebut terakhir ini adalah mereka yang mengaji di langgar-langgar atau masjid-masjid pada malam, hari saja, sementara pada siang harinya mereka pulang ke rumah.

Pesantren atau pondok adalah lembaga yang bisa dikatakan merupakan wujud proses perkembangan sistem

¹⁵ M. Nur Ghufon, *Psikologi*, (Kudus: Nora Media Enterpirese, 2011), 157.

¹⁶ Mujamil Qomar, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Jakarta: Erlangga), 20.

pendidikan nasional. Dari segi historis pesantren tidak hanya identik dengan makna keaslian Indonesia (*indigenous*).¹⁷ Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang unik di Indonesia. Walisongo adalah tokoh-tokoh penyebar Islam di Jawa abad 15-16 yang telah berhasil mengkombinasikan aspek-sapek sekuler dan spiritual dalam memperkenalkan Islam pada masyarakat.¹⁸ Istilah pondok berasal dari bahasa Arab (*funduq*), sedangkan istilah pesantren berasal dari kata *pesantrian*. Sebagai institusi sosial, pesantren telah memainkan peranan yang penting dalam beberapa Negara, khususnya beberapa Negara yang banyak memeluk agama Islam didalamnya. Pesantren menekankan nilai-nilai dari kesederhanaan, keikhlasan, kemandirian, dan pengendalian diri. Peningkatan hubungan dengan kyai dan juga Allah SWT dilakukan dengan cara para santri dipisahkan dari orang tua dan keluarga mereka.¹⁹

9. Pengertian Eduwisata

Eduwisata termasuk kategori *edutainment* dalam sebuah ilmu pendidikan. Kata *edutainment* terdiri atas dua kata, yaitu *education* dan *entertainment*. *Education* artinya pendidikan, dan *entertainment* artinya hiburan. Jadi secara bahasa *edutainment* diartikan sebagai pendidikan menyenangkan. Hamruni menyimpulkan bahwa “*edutainment* adalah suatu proses pembelajaran yang didesain dengan memadukan antara muatan pendidikan dan hiburan secara harmonis sehingga aktivitas pembelajaran berlangsung menyenangkan.” *Edutainment* merupakan suatu kegiatan pembelajaran dimana dalam pelaksanaannya lebih mengedepankan kesenangan dan kebahagiaan dalam rangka mencapai tujuan pembelajaran. Dengan kata lain, belajar dilakukan

¹⁷ Nurcholish Madjid, *Bilik-Bilik Pesantren Sebuah Potret Perjalanan*, (Jakarta: PARAMADINA, 1997), 3.

¹⁸ Abdurrahman Mas'ud dkk, *Dinamika Pesantren dan Madrasah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2002) 3-4.

¹⁹ Mubasyaroh, *MEMORISASI DALAM BINGKAI TRADISI PESANTREN*, (Kudus: STAIN KUDUS, 2009), 36.

dengan cara yang menyenangkan, bukan sebaliknya membosankan dan kondisi tertekan.²⁰

Pada dasarnya *edutainment* maupun eduwisata berusaha untuk mengajarkan atau memfasilitasi interaksi sosial dengan memasukkan berbagai pelajaran dalam bentuk hiburan, seperti permainan, video, film, perangkat multimedia, dan lain sebagainya. Selain itu juga dilakukan di alam bebas yang mampu menghibur serta belajar.²¹ Efektivitas belajar terjalin dengan baik ketika anak dan guru dalam keadaan *fun*.²² Prinsip dasar *edutainment* ialah bermula dari adanya asumsi bahwa pembelajaran yang selama ini berlangsung di sekolah maupun masyarakat sudah tidak mencerminkan lagi sebagai bentuk pendidikan. Akan tetapi, lebih terkesan menakutkan, mencemaskan, dan membuat anak tidak senang, serta merasa bosan dan menjenuhkan. Padahal seharusnya pembelajaran berlangsung dengan menyenangkan dan membuat peserta didik belajar dengan nyaman dan penuh antusiasme yang tinggi. Maka dari itu, konsep *edutainment* berupaya untuk menciptakan suatu pembelajaran yang aman, nyaman, dan menyenangkan bagi peserta didik.

Ada tiga alasan yang melandasi konsep *edutainment*, yaitu:

- a. Perasaan positif (senang/ gembira) akan mempercepat pembelajaran, sedangkan perasaan negatif, seperti sedih, takut, terancam, dan merasa tidak mampu, akan memperlambat belajar atau bahkan bisa menghentikan. Oleh karenanya, konsep *edutainment* berusaha memadukan antara pendidikan dan hiburan.
- b. Jika seseorang mampu menggunakan potensi nalar dan emosinya secara jitu, maka akan membuat

²⁰ M. Fadlillah, *Edutainment PENDIDIKAN ANAK USIA DINI*, (Jakarta: KENCANA, 2014), 3-4.

²¹ Moh Sholeh Hamid, *Metode Edutainment*, (Yogyakarta: DIVA Press, 2013), 17.

²² Anna Farida, dkk, *Sekolah yang Menyenangkan*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), 50.

loncatan prestasi belajar yang tidak terduga sebelumnya.

- c. Apabila setiap pembelajar dapat dimotivasi dengan tepat dan diajar dengan cara yang benar, cara menghargai gaya belajar dan modalitas mereka, maka mereka semua akan dapat mencapai hasil belajar yang optimal.

Berangkat dari ketiga asumsi itulah yang kemudian memunculkan konsep belajar *edutainment*. Tujuannya supaya pembelajar bisa mengikuti dan mengalami proses pembelajaran dalam suasana yang gembira, menyenangkan, menghibur, dan mencerdaskan. Dalam konteks ini, dapat dipahami bahwa prinsip belajar berbasis *edutainment* adalah pembelajaran yang harus dilakukan dengan cara yang menyenangkan, aman, nyaman dan membangkitkan semangat peserta didik. Salah satu usaha penting yang dapat dilakukan untuk membangkitkan semangat belajar adalah mendesain pembelajaran dalam suasana yang menyenangkan. Dave Meier mengungkapkan bahwa “menyenangkan atau membuat suasana belajar dalam keadaan gembira bukan berarti menciptakan suasana rebut dan huru-hura.”²³

10. Klasifikasi Eduwisata

Suwantoro mengklasifikasikan wisata edukasi menjadi empat jenis, yaitu:

- a. Wisata Edukasi *Science/ Ilmu pengetahuan* adalah wisata edukasi yang berbasis pada ilmu pengetahuan. Wisata ini berbasis ilmu pengetahuan yang diperoleh wisatawan setelah berwisata.
- b. Wisata Edukasi *Sport/ Olahraga*
Wisata Edukasi *Sport/ Olahraga* adalah wisata edukasi yang berbasis pada pendidikan secara fisik atau olahraga.
- c. Wisata Edukasi *Culture/ Kebudayaan*
Wisata Edukasi *Culture* disebut juga Wisata Edukasi Kebudayaan. Wisata ini menyajikan tentang

²³ M. Fadlillah, *Edutainment PENDIDIKAN ANAK USIA DINI*, (Jakarta: KENCANA, 2014), 4-5.

pendidikan budaya dalam bidang seni, adat istiadat dan lain-lain yang berhubungan dengan kebudayaan.

d. Wisata Edukasi Agrobisnis

Wisata Edukasi ini berbasis pada kepemilikan agro atau pertanian dan peternakan yang juga merupakan bisnis dari suatu perusahaan maupun perorangan.

Wisata Edukatif dapat diartikan sebagai suatu wisata yang memiliki fungsi edukasi atau unsur pendidikan yang kuat. Unsur ini didukung dengan potensi yang ada di objek wisata tersebut. Suatu objek wisata dapat dikatakan memiliki fungsi edukatif jika memiliki gaya tarik wisata yang bersifat edukatif.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Setelah penulis mencari data penelitian yang hampir sama maka terdeteksi sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang pernah dilakukan oleh Rizki Yanti 2017, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “Peningkatan Kemampuan *Public Speaking* Melalui Metode Pelatihan Kader Pada Organisasi ISKADA”.²⁵ Proses kaderisasi yang kurang baik menjadi kendala tersendiri bagi ISKADA. Mereka harus mengembangkan lagi management kaderisasi serta memperbaharunya kembali, agar proses kaderisasi selanjutnya lebih terstruktur. Selain itu jumlah peserta pelatihan yang sedikit dapat juga mempengaruhi kegiatan pelatihan tersebut. Peserta (calon kader) merupakan faktor utama dalam berjalannya kegiatan pelatihan *public speaking* atau dakwah yang diselenggarakan oleh organisasi ISKADA. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah kurang aktif dimedia sosial menjadi penghambat organisasi ini dikenal oleh organisasi lainnya. Dana dalam sebuah kegiatan sebenarnya juga penunjang

²⁴ Aji Novia Prastanti, “Pemanfaatan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sebagai Objek Wisata Edukatif Di Desa Sukoharjo Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati” (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2015), diakses pada tanggal 12 Maret 2020.

²⁵ Rizki Yanti, “Peningkatan Kemampuan *Public Speaking* Melalui Metode Pelatihan Kader Pada Organisasi ISKADA Banda Aceh Tahun Ajaran 2017” (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2017), diakses pada tanggal 05 Februari 2020.

kinerja dan berjalannya kegiatan yang diadakan, begitu pula dengan kegiatan yang diadakan oleh organisasi ISKADA, seperti pelatihan dan kegiatan lainnya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan serta sama-sama membicarakan *public speaking*, namun perbedaannya adalah penelitian tersebut dikaitkan dengan metode pelatihan kader pada organisasi ISKADA sedangkan pada penelitian ini peneliti mengkaitkan dengan *eduwisata*.

Kedua, Penelitian yang pernah dilakukan oleh Sari Maimunah 2015, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “pengaruh kepercayaan diri terhadap kemampuan berkomunikasi (*Public Speaking*) pada alumni kahfi motivator school Tangerang Selatan”. Dalam penelitian ini ditemukan masalah yakni penyajian tabel (terlampir) sebagai bukti skor kepercayaan diri yang diperoleh responden tinggi, rendah dan sedang. Tabel data menunjukkan bahwa responden mempunyai kepercayaan diri yang sedang, dapat disimpulkan bahwa indikator mengevaluasi keseluruhan tentang diri mempunyai hasil point terbesar dengan nilai 2647 (terlampir). Menurut Pradipta Sarastika dalam bukunya menjelaskan bahwa “orang yang memiliki rasa percaya diri adalah orang yang memiliki pengetahuan objektif serta pemahaman tentang dirinya.” Jika seseorang mengetahui kemampuan diri dan kelemahannya maka individu merasa nyaman dan percaya diri. Ada beberapa istilah yang disebutkan James Neil terkait dengan kepercayaan diri salah satunya adalah bagaimana individu bisa menyimpulkan diri secara keseluruhan, bagaimana individu melihat gambaran diri secara keseluruhan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang *public speaking* dan kepercayaan diri, namun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan jenis kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan jenis kualitatif.²⁶

²⁶ Sari Maimunah, “Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Kemampuan Berkomunikasi (*Public Speaking*) pada Alumni Kahfi Motivator School Tangerang Selatan Tahun Ajaran 2015” (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), diakses pada 05 Februari 2020.

Ketiga, penelitian yang pernah dilakukan oleh Nahar Khoriroh 2018, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Diri dan Keterampilan Berkomunikasi Terhadap Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Ajaran 2018”.²⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan secara signifikan kepercayaan diri terhadap kemampuan *public speaking* mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi. Kemampuan *public speaking* yang tinggi secara otomatis berasal dari tingkat kepercayaan diri mahasiswa tersebut. Mahasiswa yang cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi secara tidak langsung dapat menjadikan individu tersebut berani untuk tampil di depan umum sehingga mampu meningkatkan kemampuan *public speaking*. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama kepercayaan diri dan *public speaking*, namun perbedaannya adalah jenis penelitian tersebut menggunakan kuantitatif sedangkan jenis penelitian ini kualitatif.

C. Kerangka Berfikir

Santri-santri mampu mengasah *skill public speaking* melalui berbagai peran dalam handle kegiatan eduwisata, diantaranya *trainer* (motivator) dan *tour leader* (pemandu wisata). Peran sekaligus tugas tersebut memang harus dilatih secara bertahap agar mampu memberikan kepuasan bagi pengunjung, sekaligus memberikan dampak positif berupa kepercayaan diri santri.

Berdasarkan dan tujuan yang hendak dicapai peneliti dalam judul penelitian implementasi *public speaking* terhadap peningkatan kepercayaan diri santri melalui kegiatan eduwisata, studi analisis di Pondok Pesantren Entrepreneur Al-

²⁷ Nahar Khoriroh, “Pengaruh Kepercayaan Diri dan Keterampilan Berkomunikasi Terhadap Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Ajaran 2018” (Skripsi, Fakultas Ekonomi, universitas Negeri Yogyakarta, 2018), diakses pada 12 Maret 2020.

Mawaddah Honggosoco Jekulo Kudus. Kerangka berfikir dalam penelitian ini meliputi, implementasi *public speaking*, peningkatan kepercayaan diri santri melalui kegiatan eduwisata.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

