

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. *Public Speaking*

*Public speaking* merupakan proses berbicara di depan umum atau khalayak untuk menyampaikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi audience. Banyak orang menyebut bahwa berbicara di depan umum merupakan suatu hal yang mudah, namun pada kenyataannya dalam melakukan *public speaking* diperlukan latihan dan teknik tertentu agar dapat berjalan dengan baik.<sup>1</sup>

Keberhasilan *public speaking* tergantung pada kejelasan pesan, organisasi materi, kemampuan verbal dan non-verbal pembicara, serta relevansi terhadap audiens. Melalui *public speaking*, maka seseorang mampu menyampaikan gagasan maupun ide dengan saksama sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Keberhasilan *public speaking* tergantung pada kejelasan pesan, organisasi materi, kemampuan verbal dan non-verbal pembicara, serta relevansi terhadap audiens.

Clean Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya yang berjudul “*Modern Rhetoric*” menyebutkan bahwa retorika atau *public speaking* dianalogikan sebagai *the art of using language effectively* atau

---

<sup>1</sup> Anna Gustina Zainal, *PUBLIC SPEAKING CERDAS SAAT BERBICARA DI DEPAN UMUM* (Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022). 6

dapat diartikan sebagai seni penggunaan bahasa secara efektif.<sup>2</sup> Sehingga, ilmu *public speaking* merupakan bakat alami yang secara teknis dapat diasah berdasarkan tahapan-tahapan tertentu.

Menurut Spitzberg dan Cupach, (dalam Littlejon, 2016: 74-75), yang dikembangkan oleh Wilson dan Sabee (dalam Hargie, 2019: 16) dan Payne (Dalam Jurnal Hugo Fostin Hokianto, 2023: 407) menjelaskan bahwa dalam seorang komunikator yang kompeten dapat dilihat dengan tiga (3) dimensi, yaitu:

1. Pengetahuan (*Knowledge*), yaitu informasi yang diperlukan untuk pembicara, dengan mengetahui aspek “apa” dan “bagaimana” cara berkomunikasi dengan baik sehingga orang tersebut layak dikatakan kompeten. Payne menjelaskan dimensi ini terdiri dari empati, kemampuan untuk beradaptasi, manajemen interaksi.
2. Keterampilan (*skill*), yaitu kemampuan individu yang didapatkan dari interaksi dengan orang lain yang bertujuan untuk meningkatkan persepsi orang lain bahwa dia kompeten. Payne menjelaskan dimensi ini terdiri dari empati, kemampuan untuk beradaptasi, dan manajemen interaksi.
3. Motivasi (*Motivation*), yaitu keinginan seseorang untuk bertindak atau bersikap dengan cara-cara tertentu, dengan tujuan untuk dinilai sebagai kompeten. Payne menjelaskan dimensi ini terdiri

---

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).

dari dorongan empati, manajemen interaksi, dan penyesuaian komunikasi dalam Perusahaan.<sup>3</sup>

Bila kita melihat sejarahnya, berbicara di depan umum pada zaman Yunani disebut retorika. Kemudian, ketika Roma berkuasa, *public speaking* digunakan selama sesi senat 8 Romawi. Bangsa Romawi mengadopsi metode retorika *public speaking* dari orang-orang Yunani. Faktanya, sebagian besar guru berbicara di depan umum pada saat itu adalah orang Yunani.<sup>4</sup> *Public speaking* meliputi pidato, ceramah, *briefing*, presentasi, menyampaikan informasi dalam konferensi pers, siaran radio dan televisi, mengajar, sambutan, orasi, membawakan acara (MC), dan berbicara di depan orang banyak lainnya.

Dalam catatan sejarah, para ahli retorika pertama kali mendefinikan *public speaking* sebagai seni atau kemampuan berbicara di depan umum. Istilah ini telah berkembang sejak abad pertama SM ketika pidato publik sama dengan pidato.<sup>5</sup> Pada dasarnya, *public speaking* sudah digunakan oleh manusia untuk berbagai tujuan, termasuk mempengaruhi orang lain dan mendorong tindakan tertentu. Meskipun berbicara di depan umum sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari, dalam penyampaian akan disesuaikan dengan tujuan tertentu.

---

<sup>3</sup> Hugo Fostin Hokianto, "Studi Literatur Manajemen Kompetensi Komunikasi Di Bidang" 5, No. 1 (2023): 398–417.

<sup>4</sup> Zainal, *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara Di Depan Umum*. 7

<sup>5</sup> Susi Susanti, *Retorika Dalam Publik Speaking* (Padang: CV Gita Lentera, 2024). 6

Menurut Aristoteles, retorika adalah seni berbicara yang bertujuan untuk mempengaruhi audiens melalui tiga elemen utama, yaitu *ethos* (kredibilitas pembicara), *Pathos* (emosi audiens), dan *logos* (logika atau argument yang disampaikan). Aristoteles, salah satu tokoh utama dalam retorika, mendefinisikan retorika sebagai kemampuan untuk menentukan cara yang mungkin dalam setiap kasus tertentu untuk meyakinkan. Retorika mencakup penggunaan bahasa yang efektif untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu.<sup>6</sup>

Kepandaian dalam berbicara sangat dibutuhkan bahkan sejak zaman dahulu, apabila seseorang tidak memiliki kepandaian dalam berbicara maka mereka akan kehilangan hak-haknya. Orang-orang yang pandai berbicara bukan hanya mereka yang fasih berkata-kata, tetapi juga yang mampu menyampaikan makna dengan hati dan meyakinkan banyak orang dengan kebenaran ucapannya.

Kemampuan *public speaking* mencakup kemampuan dalam mempersiapkan mental ketika berbicara, kecakapan dalam membuka atau memulai berbicara, kecakapan dalam menyampaikan gagasan kepada publik, kemampuan dalam meyakinkan para pendengar dan kemampuan dalam menyimpulkan isi dari gagasan yang telah di ungkapkan.

---

<sup>6</sup> Syafina Nazwa Syahnaz, "Analisis Public Speaking Beragam Peran Dalam Tokoh Ferdinan Pada Film 'Kaka Bos' Dari Perspektif Retorika Aristoteles" (2025).

### 1. *Public Speaking* sebagai suatu proses komunikasi

Komunikasi adalah proses pengalihan makna antar pribadi manusia atau tukar berita dalam sistem informasi. Aspek-aspek komunikasi retorik, antara lain:

- a. Seorang pembicara menyampaikan kepada seorang pendengar sebagai kawan bicara atau pelanggan dengan maksud menjual sesuatu.
- b. Memberikan argumen terhadap isi pembicaraan.
- c. Sambil mendengar dan mempertimbangkan argumen dari pendengar,<sup>7</sup>

### 2. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi

Faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi retorik adalah; pertama, pada komunikator, yaitu:

1. Pengetahuan tentang komunikasi dan keterampilan berkomunikasi itu sendiri.
2. Sikap komunikator.
3. Pengetahuan umum.
4. Sistem sosial.
5. Sistem kebudayaan.<sup>8</sup>

### 3. Tujuan *Public Speaking*

Pada dasarnya, *public speaking* adalah presentasi yang diberikan secara langsung di depan audiens dengan topik dan tujuan

---

<sup>7</sup> Aan Mohamad Burhanudin, "Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Jurusan Kpi Iain Syekh Nurjati: Problematika Dan Solusinya" 17 (1385): 302.

<sup>8</sup> Saifuddin Zuhri 2010, Public Speaking, Yogyakarta: Graha Ilmu

tertentu. Topik pembicaraan dalam public speaking umumnya sesuai dengan tujuan *public speaking*. Secara umum, tujuan *public speaking* adalah:

a. Menyampaikan informasi

Menyampaikan informasi (*To Inform*) Adalah tujuan umum komunikasi, termasuk komunikasi *public speaking*. Informasi yang disampaikan bisa berupa kebijakan, program, proyek, ide, pemikiran, hasil penelitian, atau instruksi.

Secara bahasa, menurut KBBI, informasi adalah penerangan, pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu, serta keseluruhan makna yang menunjang amanat yang terlihat dalam bagian-bagian amanat itu.

b. Memengaruhi

Tujuan *Public Speaking* yang tak kalah penting adalah untuk mengubah dan mempengaruhi publik dalam berpikir dan bertindak. Tidak hanya pembicara pada saat seminar yang menggunakan tujuan ini. Pekerjaan lainnya seperti seorang *sales marketing* yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam memakai produk yang dijualnya.

Pembicara yang baik dan mahir adalah pembicara yang bisa memengaruhi publik atau audiens untuk mengikuti pemikiran yang akan diterapkan di materi kedepannya dan sangat meyakinkan. Ini pula yang dimaksud komunikasi efektif.

c. Menyampaikan pendapat

Tujuan lain *public speaking* adalah untuk menyampaikan pendapat yang sesuai dengan pemikiran pembicara. Anda akan lebih mudah dalam menyampaikan pendapat jika sudah mempengaruhi audiens dalam berpikir dan mengubah cara berpikir pembicara. Jika dalam kasus salesman, maka ketika salesman mempresentasikan produknya ini sudah pada tahapan memengaruhi dan menyampaikan pendapat sehingga terciptanya tujuan utama yaitu sale atau pembelian.

*Public speaking* bisa digunakan untuk mengubah keadaan maupun suasana. Misalkan, terjadi bencana kerja yang menyebabkan semua orang panik, maka *public speaking* dapat digunakan untuk menenangkan keadaan. Atau suasana pertemuan yang pertama sepi menjadi ramai karena ada pembicara yang mampu menghidupkan suasana baik melalui cerita, materi maupun cara penyampaiannya.

d. Memotivasi

Tujuan memotivasi umumnya merupakan *public speaking* seorang motivator kepada audiens atau pemimpin kepada anak buah. Tujuan yang paling baik dalam *public speaking* adalah untuk memotivasi audiens ke arah yang lebih positif. Pastinya kita sering mendengarkan berbagai macam motivator yang ada di televisi maupun acara lainnya. Motivator ini akan menyuarkan pemikirannya dengan sangat

keras dan menggebu-gebu sehingga akan memengaruhi audiens dalam berpikir dan menjadikannya lebih bersemangat untuk menjalani kehidupannya.

e. Menghibur

Mayoritas orang senang dihibur. Itulah kenapa *public speaking* saat ini sering dipakai untuk menghibur masyarakat. Anda bisa menyaksikan semakin banyaknya acara televisi yang menyuguhkan acara hiburan seperti lawak, *talk show* maupun pertunjukan komedi. Komedian baru pun bermunculan dengan ciri khas sendiri-sendiri.

Saat ini populer genre baru dalam dunia hiburan yaitu *Stand Up Comedy*. Satu orang yang berbicara di depan orang banyak dengan tujuan membuat audiens tertawa. Ketika tampil di panggung, anda bisa menggunakan humor baik itu cerita lucu, bahasa tubuh, maupun ekspresi muka yang lucu untuk menghibur audiens anda. Hal tersebut akan memperkecil gap antara anda dengan audiens.<sup>9</sup>

B. *Public Speaking* Dalam Konteks Dakwah Islam

M. Arifin mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan

---

<sup>9</sup> Anna Gustina Zainal, *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara Di Depan Umum* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 9

serta pengalaman terhadap agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan. Dalam definisi tersebut dapat dipahami bahwa dakwah merupakan kegiatan *da'i* mengajak *mad'u* untuk melakukan atau bertindak lebih baik dari sebelumnya menurut ajaran Allah SWT, baik secara lisan, tulisan maupun tingkah laku secara sadar dan terencana serta tanpa paksaan dalam bentuk apapun.<sup>10</sup>

Dalam hal ini dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan lisan, seperti ceramah, pidato, seperti ceramah, orasi, nasihat konseling dan sebagainya. Dengan tulisan yang mana masih sama dengan lisan akan tetapi media cetak maupun online seperti artikel surat kabar, esai, karya sastra dan sebagainya, dan dengan tindakan seperti kerja-kerja sosial dalam bentuk keorganisasian masyarakat maupun aksi-aksi masa dan advokasi. Bila kesemua itu belum pula dapat dilakukan, bahkan dalam islam, nasihat dalam bentuk do'a masuk dalam kategori dakwah.

Dalam QS. An-Nahl ayat 125 Allah Swt memerintahkan bahwa hendaknya seorang *da'i* menyampaikan pesan atau nasihat baik dengan cara komunikasi yang baik pula, “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.” [An-Nahl/16: 125].

---

<sup>10</sup> Aan Mohamad Burhanudin and A Syathori, “Peningkatan Public Speaking Mahasiswa Jurusan Kpi: Upaya Mencetak Da'I Yang Rahmatallil 'Alamin,” *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10, No. 1 (2019): 1, <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5134>.

Sangat jelas, bahwa dalam berdakwah khususnya dakwah dengan menggunakan lisan metode merupakan hal yang penting. Teori dan praktek *Public Speaking* menempati posisi penting sebagai acuan keberhasilan dakwah bil lisan. Tidak sedikit pesan yang baik justru tidak tersampaikan dengan baik, karena cara menyampaikannya yang tidak terstruktur dan tidak dengan kaidah komunikasi yang baik. Jika dalam keadaan di mana seorang *da'i* harus berhadapan dengan pendengar yang banyak dalam suatu tempat dan waktu tertentu, teori dan praktek *publik speaking* mutlak diperlukan.<sup>11</sup>

### C. Hambatan Dalam Meningkatkan Kemampuan *Public Speaking*

Menurut Oemar, “Hambatan adalah segala sesuatu yang menghalangi, merintang, menghambat yang ditemui manusia atau individu dalam kehidupannya sehari-hari yang datangnya silih berganti, sehingga menimbulkan hambatan bagi individu yang menjalaninya untuk mencapai tujuan”.<sup>12</sup> Hambatan memiliki arti yang begitu penting dalam melakukan setiap kegiatan. Hambatan dapat menyebabkan pelaksanaan suatu kegiatan menjadi terganggu.

Kata penghambat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hal, keadaan atau penyebab lain yang menghambat (merintang, menahan, menghalangi). Sedangkan pengertian dari hambatan adalah sesuatu yang dapat menghalangi

---

<sup>11</sup> Burhanudin and Syathori.

<sup>12</sup> Sherly Septia Suyedi and Yenni Idrus, “Hambatan-Hambatan Belajar Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Mahasiswa Dalam Pembelajaran Mata Kuliah Dasar Desain Jurusan Ikk Fpp Unp,” *Gorga: Jurnal Seni Rupa* 8, No. 1 (2019): 120, <https://doi.org/10.24114/gr.v8i1.12878>.

kemajuan dan pencapaian suatu hal. Hambatan cenderung bersifat negatif, yaitu memperlambat laju suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang.<sup>13</sup>

Dapat disimpulkan bahwa hambatan adalah suatu hal yang bersifat negatif yang dapat menghambat atau menghalangi kegiatan yang dilakukan oleh seseorang. Hambatan ini menjadi sebuah rintangan seseorang dalam melakukan kegiatan tertentu. Beberapa stimulus negatif yang dapat menghambat seseorang dalam meningkatkan kemampuan *public speaking* di antaranya:

#### 1. Tidak Percaya Diri

Kepercayaan diri ialah sebuah keyakinan seseorang yang bisa bersikap sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan. Percaya diri merupakan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, keyakinan terhadap adanya sebuah maksud dalam kehidupan, dan kepercayaan bahwa mereka akan bisa melakukan sesuatu yang mereka inginkan, merencanakan dan berharap dengan mengenakan akal budi. Sehingga kepercayaan diri ialah keyakinan seseorang terhadap kemampuan serta nilai diri sendiri kepada segala aspek kehidupan yang dimilikinya. Rasa percaya diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk bisa ditunjukkan kepada orang lain.<sup>14</sup> Oleh sebab itu, kepercayaan diri diperlukan oleh seseorang agar seseorang tersebut menjadi lebih positif dan berani

---

<sup>13</sup> M Zakaria et al., "Hambatan Latihan Atlet Panahan Binaan Perpani Kota Banda Aceh Dimasa Pandemi COVID-19" 2 (2021).

<sup>14</sup> Gainau, *Perkembangan Remaja dan Problematikanya*, Kansius: Yogyakarta, 2015

mengahapi berbagi hal dalam hidupnya, khususnya dalam bidang *public speaking*.

Untuk mengukur tingkat kepercayaan diri beberapa ahli mengemukakan aspek-aspek sebagai berikut: 1) keyakinan dan kemampuan diri, 2) optimis, 3) obyektif, 4) bertanggung jawab, 5) rasional dan realistis. Menurut Daradjat aspek-aspek kepercayaan diri yaitu, 1) rasa aman 2) ambisi normal, 3) mandiri, 4) toleransi.

Menurut Hurlock menjelaskan faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu 1) pola asuh, 2) kematangan usia, 3) jenis kelamin, 4) penampilan fisik. Sedangkan menurut Ghufron dan Risnawita faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu 1) harga diri, 2) pengalaman, 3) pendidikan, 4) konsep diri. Menurut Lauster ciri-ciri remaja yang percaya diri yaitu 1) percaya pada kemampuan sendiri, 2) bertindak mandiri dalam mengambil keputusan, 3) memiliki rasa positif terhadap diri sendiri, 4) berani mengungkapkan pendapat.<sup>15</sup>

Menurut Lauster, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang antara lain:

- a. *Personal ability*, dimana *personal ability* adalah kemampuan seseorang untuk mengembangkan kemampuannya sendiri, dan setiap individu terkait melakukan setiap tindakan atau

---

<sup>15</sup> Nurika, B., & Asyanti, S. (2016), *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kepercayaan Diri Remaja yang mengunggah foto selfie di Instagram (ditinjau dari jenis kelamin dan usia)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

aktivitas. Tidak akan terlalu cemas untuk tidak bergantung pada orang lain, dan memahami kemampuannya sendiri.

- b. Interaksi sosial, yaitu bagaimana individu / siswa berhubungan dengan lingkungan sekitarnya, dan mengenali kemampuan individu / siswa untuk beradaptasi dengan lingkungan, bertoleransi dan menerima serta menghormati orang lain di sekitar sikap.
- c. Konsep diri, yaitu bagaimana seseorang memandang dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahannya.<sup>16</sup>

## 2. Kecemasan

Kecemasan (*anxiety*) dalam kamus umum bahasa Indonesia, Badudu-Zein, diartikan sebagai kekuatiran, kegelisahan, ketakutan akan sesuatu yang akan terjadi. Itu juga berarti suatu perasaan takut, khawatir bahwa akan terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan.<sup>17</sup> Menurut Meyer dan Salmon mendefinisikan "*anxiety is classified as an emotional state physiological aurosal*", kecemasan digolongkan sebagai bagian dari emosi, termasuk didalamnya yaitu perasaan menyedihkan, ketakutan, keprihatinan dan meningkatnya perasaan psikologis seseorang.

Menurut pandangan Sigmund Freud, tokoh psikoanalisis asal Moravia yang lahir pada tanggal 06 Mei 1856, kepribadian seseorang terdiri atas tiga aspek, yakni: Ego (psikologis) harus

<sup>16</sup> Lauster, P. (2003). Tes Kepribadian. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

<sup>17</sup> Aryadillah, "Kecemasan Dalam Public Speaking (Studi Kasus Pada Presentasi Makalah Mahasiswa)," *Cakrawala* 17, no. 2 (2017): 198–206.

menjadi Id (biologis). Sehingga, hanya ego yang bisa menghasilkan kecemasan, namun id, superego dan di luar yang terlibat dalam salah satu dari tiga macam kecemasan yang berhasil diidentifikasi oleh Sigmund Freud.

### 3. Faktor Afektif

Martin dan Briggs berpendapat bahwa afektif mempunyai 21 pengertian yang berbeda-beda terkait dengan afektif, di antaranya konsep diri, kesehatan mental, dinamika kelompok, pengembangan personal moralitas, tingkah laku, nilai, pengembangan ego, perasaan, motivasi dan lain-lain.<sup>18</sup>

Kemudian Martin dan Briggs merangkum pendapat mereka dan menyusun ruang lingkup afektif dari unsur psikologis seperti, sentimen, keterkaitan, kepercayaan, emosi, temperamen sosial, dan respons-respons yang mendalam. Afektif berkaitan dengan minat seseorang, dalam ranah komunikasi di publik minat yang kurang untuk menambah pengetahuan, menambah pengalaman dan memperbanyak latihan berpengaruh besar terhadap kemampuan dalam berkomunikasi di hadapan publik.

---

<sup>18</sup>Mudlofir, H. Ali. *Desain Pembelajaran Inovatif: dari Teori ke Praktik-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada, 2021