

HARIAN BERNAS

31 MAY 2016

Inspirasi Bisnis dan Pribadi Bertumbuh

Efektivitas Duta sebagai Juru Bicara

Oleh:
Yudi Perbawaningsih
Dosen Mata Kuliah
"Persuasi" pada Program
Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Atma Jaya
Yogyakarta



TULISAN ini tidak bermaksud membahas "duta besar" dalam konteks politik atau pemerintahan tetapi membahas tentang duta yang seringkali diangkat oleh institusi tertentu. Duta ini sebetulnya tidak berbeda dengan konsep "endorser", "model", "spokesperson", "anchor" atau "juru bicara", yang semuanya berperan dalam mengkomunikasikan suatu isu organisasional, mewakili organisasi untuk kepentingan tertentu.

Dalam konteks ilmu komunikasi, konsep ini dikategorikan sebagai "sumber" atau "komunikator". Biasanya, duta ini tidak hanya ditugasi untuk menerangkan, menginformasikan, mendidik, tetapi juga memersuasi publik supaya memiliki pengetahuan, sikap, tindakan dan perilaku tertentu, seperti yang dikehendaki sang duta, yang merupakan perwakilan organisasi.

Di Indonesia, terdapat banyak institusi mengangkat "duta" -biasanya ini bagian dari upaya komunikasi persuasi jangka panjang atau kampanye, misal, Pemerintah Kabupaten/Kota mengangkat Duta Wisata, Duta Batik, Duta Lingkungan Hidup, Duta Maritim, Duta Anti Narkoba, Duta Pancasila. Kedua duta yang terakhir adalah Duta Anti

► ke hal 7

Narkoba yaitu Sonya Depari dan Duta Pancasila, Zaskia Gotik. Seperti yang kita ketahui, Sonya Depari adalah siswa atau pelajar di Sumatera Utara yang terlibat percekocokan dengan polisi ketika dirinya ditahan karena melakukan konvoi naik sepeda motor tanpa helm. Sedangkan Zaskia Gotik adalah penyanyi dangdut yang pernah diperkarakan di pengadilan dengan tuduhan melakukan pelecehan terhadap simbol negara, yakni Pancasila.

Duta kampanye

Duta adalah juru bicara. Dalam kampanye, baik kampanye politik, komersial atau sosial, peran juru bicara sangatlah strategis—tetapi memang bukan satu-satunya—yang menentukan keberhasilan kampanye. Sonya Depari dan Zaskia Gotik dalam tulisan ini dapat disebut sebagai duta sekaligus juru bicara. Akankah ini akan membawa kontribusi penting dalam peningkatan kesadaran anti narkoba, atau peningkatan penghargaan terhadap simbol-simbol negara?

Aristotle, seorang filsuf Yunani, pernah mengatakan bahwa pada diri seorang orator haruslah terdapat kemampuan menunjukkan bukti pada setiap upaya persuasi yang mereka lakukan yakni bukti etos, patos dan logos. Bukti etos adalah bukti yang mampu menunjukkan kredibilitas, kemampuan, keahlian, niat baik, moral baik dan kejujuran. Bukti patos adalah bukti kemampuan mengelola emosi audiens, dan bukti logos adalah bukti logis, masuk akal dan rasional. Hanya dengan kemampuan pembuktian itulah, seorang orator atau persuader dapat mempengaruhi. Konsep Aristotle ini masih digunakan hingga sekarang, sekalipun sudah banyak sekali penelitian terbaru tentang kriteria "juru bicara" yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan kampanye.

Penelitian-penelitian seputar "sumber" atau "juru bicara" berikut ini membahas tentang kontribusi atau peran "juru bicara" dalam mencapai efektivitas sebuah persuasi, termasuk kampanye. Pertama, kredibilitas model selebritas dan juru bicara yang diciptakan mempengaruhi minat beli. Namun, juru bicara lebih dipercaya dan

kompeten, sedangkan selebritas lebih menarik. (Ermez Sertoglu, et al. 2014). Kedua, selebritas yang tidak memiliki keterkaitan dengan isu yang dikampanyekan memiliki kredibilitas tetapi akan pudar begitu popularitas selebriti tersebut menurun (Gass and Seiter, 2014). Ketiga, kredibilitas sumber mempengaruhi efektivitas kampanye, namun pesan positif lebih mempengaruhi sikap dan perilaku (Kim and Kim, 2014). Kelima, kredibilitas narasumber dipengaruhi oleh kualitas pesan, demikian sebaliknya. Keduanya menentukan efektivitas persuasi (Perbawaningsih, 2013)

Merujuk hasil tiga penelitian di atas, tampaknya duta yang diambil dari para selebritas memang efektif namun tidak berjangka panjang, akan memudar seiring dengan popularitasnya di masyarakat. Duta dari kalangan selebritas juga menarik tetapi tidak kredibel. Namun, secara umum, duta yang berfungsi sebagai juru bicara hanya akan bermanfaat bagi pencapaian tujuan institusi hanya jika memenuhi kriteria-kriteria tertentu, yang layak dan dapat dipercaya. Artinya, pengangkatan Sonya dan Zaskia Gotik dalam kasus ini, menjadi pertanyaan penting, "Apakah mereka cukup mampu dan dapat dipercaya mengkomunikasikan isu-isu terkait, apalagi jika tugasnya juga memersuasi sikap dan perilaku masyarakat?"

Kesimpulannya, duta yang ditugaskan sebagai juru bicara suatu lembaga dalam sebuah kampanye sangatlah memberikan kontribusi yang cukup besar untuk tercapainya tujuan. Namun, duta tersebutlah haruslah memenuhi kriteria-kriteria tertentu, seperti kredibilitas. Efektivitas kampanye semakin meningkat jika kredibilitas duta ini dikuatkan oleh faktor-faktor lain seperti pesan kampanye yang berkualitas, pilihan media yang tepat, target kampanye yang partisipatif dan tujuan yang tepat.

Jadi, jangan sampai terjadi lagi ada komentar yang disampaikan seseorang menanggapi berita dalam sebuah situs tentang pemerkosaan dan pembunuhan perempuan muda dengan cangkul tembus sampai ke hati dan jantung, seperti ini: "Ah... paling-paling pembunuhnya nanti dijadikan duta... duta cangkul." ***