

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam hidup kita. Komunikasi yang bersifat *ubiquitous* atau ada di mana-mana dan tak terhindarkan membuat kita harus berkomunikasi. Menurut Littlejohn dan Foss (2005: 1), komunikasi merupakan salah satu aktivitas sehari-hari yang terkait dengan seluruh hidup manusia, yang mempengaruhi kehidupan manusia dengan pesan yang diberikan dengan segala kerumitannya, kekuatan, kemungkinan dan batasannya. Namun kenyataannya, komunikasi tidak hanya berhenti pada penyampaian pesan.

Proses penyampaian pesan tidak berhenti pada tahapan pesan disampaikan kepada *audience*. Namun tujuan yang lebih besar selain menyampaikan pesan tersebut adalah bagaimana *audience* melaksanakan isi pesan yang kita sampaikan. Di sinilah persuasi digunakan. Menurut Beeby, Beeby & Ivy (2010: 400), Persuasi merupakan proses dari sebuah usaha untuk mengubah perilaku, menguatkan sebuah perilaku, kepercayaan, nilai atau sikap di dalam kehidupan sehari-hari. Persuasi di gunakan di banyak sisi kehidupan manusia. Dari komunikasi interpersonal, komunikasi group, komunikasi mass media, unsur

persuasi digunakan. Misalnya saja, dalam sebuah komunikasi interpersonal, seseorang menawarkan kepada sahabatnya untuk membeli barang dagangannya, atau dalam komunikasi mass media ketika seorang PR dari perusahaan penerbangan menyampaikan perkembangan pesawatnya yang jatuh. Contoh yang lain adalah ketika mantan presiden negara adikuasa menyampaikan permintaan maafnya telah berselingkuh dengan sekretarisnya.

Namun persuasi yang memerlukan pengorganisasian, awal, tengah, akhir yang jelas, materi yang menarik, transisi yang lancar, dan penyampaian yang memerlukan keahlian membuat persuasi tidak semudah yang kita kira (Beebe, Beebe, Ivy, 2010: 400). Proses sebuah usaha untuk mengubah perilaku, menanamkan nilai yang baru, perilaku dan kepercayaan memerlukan sebuah usaha tersendiri.

Persuasi sendiri merupakan proses komunikasi yang sudah dikenal dari zaman Aristoteles dan retorikanya. Menurut Heath (2001:31), retorika mampu memanipulasi pilihan orang lain, atau mempengaruhi pikiran seseorang untuk mendukung atau melawan sebuah ide. Retorika berurusan dengan proses dan isi, serta menyadari bahwa pembelaan (*advocacy*) perlu dilakukan. Dengan kata lain, retorika merupakan usaha persuasi yang cukup tua, sedari zaman Aristoteles.

Debat merupakan praktik komunikasi yang secara intense memacu seorang pembicara / *speaker* untuk membangun *argument* dalam waktu singkat. Untuk melihat proses pembentukan *argument*, respon seorang pembicara terhadap

interupsi yang diberikan serta menjawab sanggahan dalam waktu yang singkat, debat menjadi sebuah studi kasus untuk melihat fenomena komunikasi tersebut.

Dalam debat, pidato persuasi digunakan untuk memberikan ruang bagi mahasiswa untuk melatih kemampuan persuasi menggunakan media verbal lisan. Pada saat debat, pidato diberikan dengan memperhatikan pengorganisasian isi, material yang menarik, transisi yang mulus, penyampaian yang baik. Selain itu, debat memberikan ruang untuk memberikan *statement* dan *counterstatement* melalui *point of information* yang diberikan pihak oposisi selama pidato berlangsung dari menit ke dua hingga menit ke enam sehingga proses memberikan *counter statement* dalam waktu singkat dapat dipahami.

Debat parlementer bahasa Inggris mulai berkembang di Indonesia sejak 1998 dari Universitas Indonesia dan Universitas Parahyangan. Mahasiswa yang terlibat di dalamnya terbilang kaum muda yang dituntut untuk dapat berfikir kritis dan memiliki wawasan luas seputar dunia politik dan isu-isu yang menjadi perdebatan. Untuk menjadi *debater*, masing-masing perguruan tinggi di dalam kelompok atau *club* debat masing-masing telah menyeleksi anggota mereka. Kemampuan bahasa Inggris, wawasan, kecerdasan dalam membangun argument yang persuasif menjadi syarat utama untuk menjadi seorang *debater* untuk dapat menjadi anggota dan bahkan hingga tahap diturunkan dalam lomba-lomba debat nasional.

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan obyek transkrip data suara dari lomba debat di Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional 2012 (PIMNAS) sebagai

salah satu ajang bagi mahasiswa seluruh Indonesia untuk bersaing menunjukkan kemampuan terbaik mereka.

Di dalam teori Retorika Aristoteles sendiri terdapat ethos, logos dan pathos yang digunakan sebagai senjata dalam persuasi. Penulis melihat bahwa di dalam pidato debat, terdapat argumen- argumen yang berisikan logos, pathos dan ethos. Untuk itulah penulis ingin menganalisa anatomi argumen dan melihat logos, pathos, dan ethos yang ada di dalamnya.

Karenanya, menarik bagi penulis untuk memahami anatomi pembentukan *argument* dengan menggunakan teori retorika pada debat parlementer mahasiswa sebagai sebuah studi kasus.

B. Perumusan Masalah

Bagaimanakah anatomi argumen dalam transkrip debat parlementer mahasiswa PIMNAS 2012?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui anatomi argumen dalam transkrip suara lomba debat parlementer mahasiswa PIMNAS 2012.

D. Kerangka teori

Dalam kerangka teori ini akan diberikan beberapa teori guna mempermudah memahami konsep-konsep dalam penelitian ini. Teori yang pertama kali akan dijabarkan adalah *early rhetorical theory* di mana retorika menjadi teori utama untuk memahami penyampaian pidato dalam debat dengan memperhatikan *ethos*, *logos* dan *pathos* nya. Selain itu, akan dibabarkan pula *argument* yang persuasif dan *proof* yang digunakan dalam retorika sehingga dapat digunakan untuk mempersuasi. Teori yang akan di bahas terakhir adalah canon-canon dalam retorika di mana canon-canon akan membantu pembicara dalam memahamis isu mayor seni berbicara di depan umum.

1. Early Rhetorical Theory

Teori persuasi yang sesuai dengan studi kasus debat parlementerter adalah *Early Rhetorical Theory*. Teori mengenai persuasi yang dibuat oleh Aristotle dan Cicero berjudul *Rhetorical ad Herenium* mengungkapkan ide mengenai persuasi dengan segmentasi *audience*. Ada dua asumsi dasar yang dimiliki oleh retorika Aristoteles. Asumsi dasar tersebut berbunyi (West & Turner, 2007 :339):

- i) *Public speaker* yang efektif harus mempertimbangkan penontonnya

ii) *Public speaker* yang efektif harus menggunakan sederetan bukti dalam presentasi mereka.

Dalam asumsi pertamanya, menurut West & Turner (2007 : 339), pembicara seharusnya tidak membangun atau menyampaikan pesan mereka tanpa mempertimbangkan *audience* nya. Seorang pembicara seharusnya mengacu pada *audience (audience centered)*. Mereka harus memikirkan *audience* sebagai sekelompok orang yang memiliki motivasi, keputusan dan pilihan, dan bukan masa homogen yang tidak memiliki perbedaan. Di sinilah pembicara melakukan *audience analysis*, yakni dugaan dan penilaian akan *audience* nya (West & Turner, 2007: 340).

Seperti yang ditulis oleh Borchers, Aristotle mengawali identifikasi tiga tipe *public speaking* persuasif yakni *deliberative, forensic, dan epideitic (Brochers, 2005 : 36)*. Berikut penjelasan mengenai ketiga jenis pidato persuasif pada teori retorika awal :

a. Deliberative speech

Merupakan sebuah *public speaking* yang didesain untuk membuktikan bahwa beberapa tindakan di masa yang akan datang harus dilakukan. *Deliberative rhetoric* mengacu pada masa depan (West & Turner, 2007: 349). *Public speaking* ini misalnya pada rapat dewan kota dalam debat kebijakan publik yang akan ditetapkan bagi

masyarakat. Dalam pidato tipe ini, *persuader* berusaha meyakinkan *persuadee* bahwa akan ada manfaat yang lebih besar di masa yang akan datang, atau lebih kepada pencegahan akan kerugian yang mungkin terjadi.

b. Forensic Speech

Merupakan sebuah pidato yang bertujuan untuk membuktikan bahwa beberapa tindakan di masa lalu sungguh terjadi. Pidato ini bertujuan untuk menimbulkan perasaan bersalah atau atau tidak berdosa. (West & Turner, 2007 : 349). Biasanya dilakukan oleh jaksa penuntut kepada terdakwa, penuntut berusaha meyakinkan dewan juri bahwa terdakwa sungguh bertanggung jawab terhadap kejahatan yang terjadi.

c. Epideitic speech

Merupakan sebuah pidato yang digunakan untuk memuji atau menyalahkan seseorang atau kejadian tertentu. Pidato ini focus pada moral atau nilai (*value*) dari seseorang atau kejadian yang dipertanyakan. *Speaker* memuji seseorang karena memberikan nilai yang berharga bagi sebuah komunitas. Pidato ini biasanya dilakukan saat pemakaman.

Di dalam retorika, bukti menjadi elemen utama dalam melakukan persuasi. Teori retorika Aristotle dikenal dengan tiga bukti utama yakni Ethos, Logos, dan Pathos. Namun sebelum menjelaskan mengenai Ethos, Logos, dan Pathos, akan dijabarkan lebih dahulu mengenai *argument*.

Menurut Brochers dalam Pearson (2008: 389), Aristotles juga menyatakan bahwa bukti atau *proof* merupakan suatu elemen penting dalam persuasi. Dalam usaha meyakinkan seseorang, atau persuasi, *argument* merupakan proposisi yang menegaskan tujuan/ arahan tindakan.

2. *Argument* dan *Proof*

Argument merupakan kumpulan klaim yang disebut *premis*, yang diberikan sebagai alasan untuk percaya bahwa sebuah kesimpulan tersebut benar (Eipstein, 2006: 5). Menurut Pearson, Nelson, Titsworth, Harter (2008: 389), *argument* merupakan proposisi yang mengaskan tujuan atau arahan tindakan.

Premis yang benar serta kesimpulan yang benar menjadikan sebuah *argument* valid. Dengan kata lain, *argument* yang valid dapat disebut juga sebagai *argument* yang kuat di mana premis dan kesuimpulannya sesuai (Eipstein, 2006:40).

Dalam *argument*, proposisinya memiliki fokus pada sebuah pernyataan akan fakta, kebijakan atau nilai (*fact, policy or value*) (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008: 386).

Menurut Lucas (2007: 406), persoalan mengenai *fact* (fakta), merupakan permasalahan mengenai kebenaran atau kesalahan dari sebuah *assertion* (pernyataan) (2007:409), persoalan akan *value* (nilai), adalah sebuah pertanyaan mengenai *worth* (nilai), *rightness* (kebenaran), *morality* (moralitas) dari suatu ide atau tindakan. Persoalan akan *policy* (kebijakan) (2007:411), merupakan jalan spesifik dari sebuah aksi yang harus atau seharusnya tidak diambil.

Contoh dari proposisi fakta adalah sebuah *assertion* dapat membuktikan atau tidak membuktikan sebagai sebuah konsistensi dengan kenyataan. Misalnya “Gedung World Trade Organization dihancurkan oleh teroris yang terorganisir”. Untuk mendemonstrasikan kebenaran dari proposisi ini, kita tidak perlu membuktikan bahwa gedung WTO telah hancur, kita hanya perlu menyediakan bukti bahwa si penghancur gedung tersebut terorganisir dan tujuan si penghancur adalah terorisme (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2011 : 396).

Proposisi dari fakta adalah sebuah penegasan (*assertion*) yang membuktikan atau tidak membuktikan sesuatu konsisten dengan kenyataannya. Dalam proposisi ini, bukti- bukti (*evidence*) dari kenyataan yang ingin kita bicarakan harus disajikan dengan kuat, sedangkan proposisi dari kebijakan adalah sebuah usulan untuk peraturan yang baru. Dalam proposisi ini, bukti yang diberikan adalah bukti-bukti yang menegaskan bahwa proposal yang kita berikan akan efektif dan membawa perubahan yang

lebih baik. Proposisi nilai merupakan statemen yang menegaskan bahwa kita harus memeluk nilai baru yang penting bagi budaya yang telah berlaku (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 3008: 386).

Contoh dari proposisi kebijakan (*policy*) adalah sebuah proposal peraturan baru. Mosinya adalah “*That USA Should Allow Prescription Drug Trade With Canada*”. Untuk mendemonstrasikan manfaat dari proposisi ini, kita menyediakan bukti bahwa perdagangan obat tersebut akan mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi, dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, kita harus menyediakan *evidence* yang menyatakan bahwa kebijakan tersebut harus diadopsi (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2011 : 396).

Contoh dari proposisi nilai (*value*), adalah sebuah statemen bahwa kita harus memeluk suatu nilai sebagai suatu hal yang lebih penting bagi budaya kita. Mosinya adalah “*that America must put security over First Amendment Freedoms*”. Untuk mendemonstrasikan manfaat dari mosi ini, kita harus menyediakan *evidence* bahwa pencarian pesawat, penyadapan listrik, dan *profiling* adalah lebih penting dari pada hak akan perlindungan melawan pencarian yang tidak masuk akal, harapan akan privasi, dan hak kita untuk tidak menjadi satu-satunya yang diperlakukan dengan negatif karena ras dan etnisitas. Karena pelanggaran akan hak-hak tersebut membuat kita tetap aman, dan kita menginginkan keamanan di atas kebebasan (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2011 : 396).

Menurut Eisptein (2006:5), *argument* merupakan sebuah usaha untuk meyakinkan seseorang, (bisa jadi orang lain, atau diri kita sendiri) tentang suatu klaim bahwa kesimpulan atau *conclusion* yang kita berikan adalah benar. *Argument* merupakan kumpulan klaim yang disebut *premises* yang diberikan sebagai penalaran untuk percaya bahwa sebuah kesimpulan tersebut benar. Reasoning (Penjelasan/ penalaran) yang baik adalah penjelasan yang masuk akal (*plausible*). Tergolong masuk akal bila memberikan alasan yang baik untuk percaya bahwa klaim tersebut benar, dan kurang masuk akal apabila tidak memberikan penjelasan yang baik agar orang percaya.

Kepercayaan seseorang pada sebuah *evidence* menjadikan *evidence* tersebut menjadi *proof*. Dengan kata lain, *proof* adalah *evidence* yang dipercayai oleh target persuasi kita. Maka semakin banyak *proof* yang dipercayai, makin persuasiflah *argument* tersebut (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008: 386).

a. *Inartistic proof*

Merupakan bukti yang dikontrol oleh keadaan dan dengan sederhana digunakan oleh *persuader*. Misalnya saja data statistik, bukti foto, atau contoh dari kejadian yang telah lampau, buku.

b. Artistic proof

Merupakan bukti yang diciptakan, ditemukan oleh *persuader*. Ada tiga tipe *artistic proof* yaitu *ethos*, atau karakter, *pathos*, atau emosi, *logos* atau logika.

I. Logos

Disebut juga bukti logis. Logos menarik sisi rasional dari manusia, dan bergantung pada kemampuan pendengar dalam memproses informasi (Larson, 1983: 30). Dalam bukti logis, *argument* memiliki struktur dalam pembentukannya. Struktur *argument* terbaik menjadi dua jenis, yaitu *inductive argument* dan *deductive argument*.

Dalam logos, terdapat pula *reasoning* yakni penggambaran atau penarikan kesimpulan dari bukti-bukti yang dipaparkan (Beebe, Beebe & Ivy, 2010: 411). Menurut Lucas, *reasoning* menjadi penting karena dalam keseharian manusia, kita dibombardir dengan pesan yang persuasive baik dari televisi hingga kampanye politik (Lucas, 2007:444).

Menurut Glen & Slade (1994: 76), dalam proses komunikasi melibatkan sebuah penjelasan yang terstruktur dari penalaran atau *reasoning*. Lebih lagi, *reasoning* dan *critical thinking* mendasari kehidupan manusia sehari-hari. Mereka melibatkan segala kemampuan untuk menghubungkan dan menata ide. Kemampuan tersebut dibagi

menjadi tiga, *analysis* (analisis), *inference* (penarikan kesimpulan) dan *evaluation* (evaluasi).

Analisis melibatkan beberapa hal, antara lain (Lewis & Slade, 1994 :77):

- a) Mengidentifikasi apa yang dikatakan
- b) Membedakan apa yang relevan dan apa yang tidak
- c) Melihat hubungan antara benang-benang pemikiran
- d) Melihat kesamaran dan ambiguitas, lalu membuat klarifikasi jika diperlukan
- e) Melihat anggota kelas, dilihat dari persamaannya
- f) Mengidentifikasi contoh tandingan (*counterinstance*), dan menghargainya sebagai sesuatu yang berbeda
- g) Mengidentifikasi analogi.

Penarikan kesimpulan melibatkan beberapa hal, antara lain (Lewis & Slade, 1994 : 77) :

- a) Menggambarkan akibat dari apa yang telah dikatakan
- b) Mengidentifikasi asumsi yang telah diberikan
- c) Menggeneralisasikan dari contoh khusus atau mengabstraksi
- d) Menerapkan analogi hingga mencapai kesimpulan yang baru
- e) Mengenali hubungan sebab- akibat

Evaluasi melibatkan (Lewis & Slade, 1994 : 77) :

- a) Memberikan alasan untuk percaya dan keputusan lalu memilih bagaimana untuk bertindak
- b) Mengkritisi ide secara konstruktif
- c) Memodifikasi ide dalam respon bagi kritisisme.

Inductive argument merupakan *argument* yang menyediakan contoh-contoh spesifik yang cukup untuk membuat pendengarnya membuat lompatan kesimpulan pada generalisasi yang menyimpulkan contoh-contoh individual. Misalnya : Sekolah diberi subsidi oleh pemerintah, program sosial diberi subsidi oleh pemerintah, program negara diberi subsidi oleh pemerintah. Uang sekolah naik karena subsidi dari negara turun. Inductive reasoning yang sampai pada kesimpulan umum dari contoh – contoh spesifik (Beebe, Beebe& Ivy, 2010: 411). Misalnya, Lucas memberikan contoh (2007: 445):

Fact 1 : My physical education course last term was easy

Fact 2: My roommate's physical education course was easy

Fact 3: My brother's physical education course was easy

Conclusion : physical education courses are easy.

Menurut Lucas (2007: 445), dalam penalaran khusus umum ini, sebaiknya menghindari penggeneralisasian yang tergesa-gesa, dan *persuader* harus berhati-hati akan tendensi untuk melompat pada kesimpulan yang berbasis pada *evidence* yang tidak cukup. Pastikan bahwa contoh dari keadaan khusus kita cukup besar untuk membenarkan kesimpulan kita. Kedua, *persuader* harus berhati-hati pada pemilihan kata.

Deductive argument merupakan *argument* yang menggunakan proposisi general yang diterapkan kepada contoh spesifik untuk menarik suatu kesimpulan. Menurut Lucas (2007: 447), reasoning jenis ini disebut juga *reasoning from Principle*. Reasoning ini bergerak dari hal umum ke khusus. Misalnya, semua pengendara mabuk itu berbahaya. Joan mengemudi ketika mabuk. Kesimpulannya Joan berbahaya. Struktur logika ini disebut silogisme karena mengandung premis umum yang kemudian diterapkan kepada premis khusus yang kemudian membawa kita kepada suatu kesimpulan (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008: 388).

Dalam logos, *persuader* harus melihat bagaimana *audience* mengolah data *evidence* secara logis sehingga mencapai suatu kesimpulan. *Persuader* harus memprediksikan bagaimana *audience* melakukan pemrosesan informasi dan pola penggambaran kesimpulan mereka (Larson, 2010:75).

Selain *deductive-inductive reasoning* dalam *argument*, Larson menambahkan beberapa tipe *reasoning* atau penalaran yang ada. Dalam *argument*, *reasoning* mengambil peranan penting. Larson menjelaskan, ada beberapa tipe *reasoning*, antara lain : *Cause- to-effects reasoning*, *effect-to-cause reasoning*, *reasoning to symptoms*, *criteria-to-application reasoning*, *reasoning from comparison*, *deductive reasoning*, dan *inductive reasoning* (Larson, 1983 : 157).

Cause to effect reasoning sangat kuat di budaya kita. Bahkan bahasa kita bergantung padanya. Misalnya, jarang sekali kita mengatakan “Bolanya di lempar dan jendelanya rusak.”, tapi kita mengatakannya dengan “Johnny melempar bola ke jendela sehingga bolanya rusak”. Dalam struktur seperti ini, lebih banyak informasi yang disampaikan, ini adalah kalimat aktif (Larson, 1983: 154).

Effect-to-cause reasoning, terkadang ada cela dalam penalaran ini. Dalam penalaran ini, *persuader* mengutip efek yang sudah diketahui dan mencoba untuk mengangkat kembali penyebabnya (Larson, 1983: 154).

Reasoning from symptoms, *persuader* terkadang mengidentifikasi serial gejala-gejala yang timbul dan mencoba untuk menyimpulkan sesuatu dari gejala-gejala itu.

Criteria-to-application reasoning, dalam penalaran ini, *persuader* membangun set kriteria yang masuk akal untuk membeli suatu sebuah produk, voting untuk seorang kandidat, mendukung suatu gerakan atau

yang lain lalu menawarkan produk, voting, dan dukungan ke dalam kriteria yang masuk dalam ranah masuk akal bagi target yang kita tuju (Larson, 1983: 155).

Reasoning from comparison, persuader menggunakan perbandingan sebagai alasan logis seseorang untuk menarik kesimpulan. Dalam penalaran ini, sebuah contoh dianalisis dan didiskripsikan, dan kesimpulan kemudian digambarkan mengenai situasi yang terjadi. *Persuader* memberikan komparasi contoh yang diberikan, menunjukkan kesamaan dan alasan kenapa kesimpulan mengenai contoh yang diberikan sesuai dengan keadaan saat ini (Larson, 1983 : 156).

II. Ethos

Proof yang kedua merupakan ethos, atau yang dikenal sebagai sumber kredibilitas. Kredibilitas pada faktanya didapat karena individu tersebut mendapatkan hak untuk berbicara. Kompetensi, kelayakan, dinamis, dan landasan yang sama. Tidak lupa keahlian personal, karisma, personalitas. Menurut Lucas, selain kompetensi, karakter atau bagaimana *audience* mengacu pada ketulusan pembicara, dapat dipercaya dan perhatiannya pada kebaikan audience adalah salah satu faktor kredibilitas (Lucas, 2007 :435). Seseorang tidak terpersuasi hanya karena bukti yang dipaparkan, tapi oleh siapa bukti tersebut dipaparkan (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008:389).

Beberapa tipe kredibilitas antara lain (Lucas, 2007: 436):

- a) *Initial credibility* : merupakan kredibilitas dari pembicara sebelum dia memulai untuk berbicara.
- b) *Derived credibility* : kredibilitas saat pembicara sedang berbicara
- c) *Terminal credibility* : merupakan kredibilitas pembicara saat akhir dari pidato

Kredibilitas seseorang pembicara sangat berbeda-beda bagi setiap *audience*. *Credibility is in the eyes who see*. Namun kredibilitas dapat diraih dari hak untuk berbicara yang didapat dari pengalaman dan prestasi yang diraih (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008: 276). Sedangkan menurut Beebe, Beebe & Ivy (2010: 408) kredibilitas adalah persepsi *audience* dari seorang pembicara akan kompetensi, *trustworthiness*, dan dinamisitasnya. Ini bukanlah sesuatu yang secara *inherent* dimiliki oleh seorang *speaker*, tapi lebih berdasarkan perilaku *audience* terhadap *speaker*.

Empat aspek yang membentuk kredibilitas seseorang. Aspek-aspek tersebut antara lain kompetensi, *trustworthiness*, dinamisitas, dan *common ground*. Sedangkan menurut Lumsden, kredibilitas tercermin dari persiapan, informasi, kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan yang lain, juga kemampuan untuk berfikir kreatif dan kritis (Lumsden, 2006: 28).

Menurut Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, kompetensi merupakan derajat di mana seorang speaker dipersepsikan sebagai seseorang yang berkemampuan, berkualifikasi, berwenang, dapat dipercaya, dan memberi informasi. Sifat-sifat yang dimiliki ini tidak harus sama tinggi satu dengan yang lainnya (2008: 276). Seorang speaker harus memiliki kemampuan, pengetahuan mengenai subyek yang akan didiskusikan, kita akan lebih persuasif jika dapat meyakinkan pendengar bahwa kita mengetahui sesuatu mengenai topik tersebut (Beebe, Beebe & Ivy, 2010: 409)

Yang kedua adalah *trustworthiness* atau derajat sampai di mana pembicara dirasa jujur, adil, tulus, bersahabat, terhormat, dan ramah. Dapat dipercaya merupakan elemen yang penting saat menyampaikan pidato. Hal ini berkaitan dengan materi yang kita paparkan, sebaiknya berdasarkan realita (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008: 277). Saat menyampaikan pidato, pembicara harus menyampaikan kejujuran, dan ketulusan kepada *audience* nya. Kepercayaan itu harus diperoleh bukan dengan paksaan (Beebe, Beebe & Ivy, 2010: 409).

Trustworthiness merupakan hasil dari perilaku jujur yang konsisten atau karakter yang baik dari pembicara, kepercayaan etis, dan pilihan yang membentuk tingkat *trustworthiness* pembicara. *Trust* merupakan atribut yang ringkih dan membuat komunikasi tidak bisa berlangsung jauh

tanpanya. Pelanggaran kepercayaan yang diberikan dapat mengakibatkan putusnya karir seseorang(Lumsden, 2006:30).

Yang ketiga adalah dinamisme. Dinamisme merupakan sejauh mana pembicara dirasa berani, tegas, aktif, berenergi, kuat, empati, dan tegas dalam menegaskan kredibilitasnya. Yang sangat kuat mempengaruhi dinamisme adalah suara, gerakan, penguasaan panggung, ekspresi wajah dan bahasa tubuh (Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008:277).

Menurut Lumsden, dinamisme merupakan energi, kekuatan, atau intensitas yang memaksa interest kepada yang lain, mungkin dapat berupa karisma (Lumsden, 2006: 30). Menurut Beebe, Beebe& Ivy (2010: 409), dinamisme seringkali diproyeksikan ketika pembicara menyampaikan pidato, disampaikan dengan nonverbal yang efektif dan dapat dimengerti, seorang pembicara harus menjaga kontak mata, vokal yang antusias, gerakan dan bahasa tubuh yang secara sengaja diatur agar dinamis.

Beebe, Beebe& Ivy (2010: 409) juga membahas mengenai karisma. Karisma merupakan salah satu bentuk dinamisme, seorang pembicara yang karismatik memiliki pesona, bakat, kekuatan magnet, dan kualitas lain yang membuat seorang pribadi atraktif dan bernergi. Contoh- contoh pembicara yang berkarisma adalah Presiden Franklin Roosevelt.

Pearson juga membahas mengenai *common ground* atau sejauh mana pembicara memiliki pemahaman yang sama mengenai nilai, kepercayaan,

perilaku, dan ketertarikan (dikutip oleh Pearson, Nelson, Titsworth, Harter dari Tuppen, 1774. Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, 2008: 278).

Dalam bukunya, Lumsden menambahkan dua aspek yang tidak diangkat oleh Pearson, Nelson, Titsworth, Harter, yakni obyektifitas dan *coorientation* dari si pembicara. Menurut Lumsden, obyektifitas merupakan persepsi akan kemampuan seseorang untuk melihat pada poin yang berbeda dari sebuah pandangan dan menahan/ menanggukkan kebiasaan personal. Sedangkan *coorientation* merupakan persamaan orientasi kita dengan pendengar. Lebih mudah bagi pendengar untuk mengidentifikasi interes, nilai, tujuan dan kebutuhan yang sama dengan yang mereka miliki (Lumsden, 2006: 30).

Dalam *ethos* juga terdapat kualitas pembicara yang terdiri dari tiga hal, yaitu *wisdom* atau kebijaksanaan, *virtue* atau kebajikan, dan *good will* atau tujuan mulia (Brocher, 2005: 37). Pertama, *practical wisdom* muncul pada pembuatan keputusan dan memiliki pengetahuan akan apa yang sedang dibicarakannya. Kedua, *virtue* merupakan kualitas yang dimiliki pembicara dalam mengekspresikan kasih yang dimiliki si pembicara. Ketiga, *good will* adalah bagaimana pembicara memiliki ketertarikan hati penonton.

Selain memperhatikan kualitas pembicara, hal lain yang harus diperhatikan adalah hal-hal yang terjadi selama pidato berlangsung. Hal

ini berkaitan dengan seberapa mulus pembicara menyampaikan pesan persuasinya terutama mengenai bahasa tubuh, kontak mata, variasi vokal dan lainnya. Elemen elemen tadi disebut sebagai *image* pembicara.

III. Pathos

Proof yang ke tiga adalah *Pathos*, atau bukti emosional. Mempersuasi orang secara emosional lebih cepat diterima dari pada secara logika. Emosi yang paling sering digunakan adalah rasa takut.

Pathos merupakan bukti yang menarik emosi. Untuk menggunakan pathos, seorang pembicara harus memahami hal-hal berikut:

1. keadaan pikiran / *state of mind* dari *audience*
2. arah tentangan emosi mereka
3. sebab mereka merasalan hal tersebut (Brocher, 2005: 37).

Persuader menganalisa keadaan emosi dari pendengarnya, lalu merancang pendekatan yang artistic untuk diarahkan kepada emosi tersebut (Larson, 2010: 75).

Para pelajar modern menyebut pathos sebagai daya tarik emosional (Lucas, 2007 : 456). Daya tarik emosional digunakan untuk membuat pendengar merasa bersalah, sedih, marah, takut, bahagia,

bangga, simpatik, menghormati atau suka. Beberapa daya tarik emosional yang sering digunakan pembicara antara lain (Lucas, 2007: 456) :

- a) *Fear* : rasa takut akan sakit, bencana alam, pelecehan seksual, penolakan individu, atau kesulitan ekonomi
- b) *Compassion* : perasaan kasihan terhadap ketidak mampuan fisik, perempuan yang dipukuli, hewan peliharaan yang diabaikan, pengangguran, anak-anak kelaparan, atau korban AIDS.
- c) *Pride* : rasa bangga dalam sebuah negara, dalam keluarga, dalam sekolah, dalam warisan etnis, dan rasa bangga dalam pencapaian seseorang.
- d) *Anger* : adalah rasa marah kepada teroris dan pendukungnya, kepada pemimpin bisnis yang bersikap tidak etis, anggota konggres yang menyalahgunakan kepercayaan publik, berandalan, dan pencuri.
- e) *Guilt* : perasaan bersalah karena tidak menolong orang yang kurang beruntung, perasaan bersalah karena tidak mempertimbangkan hak orang lain, perasaan bersalah karena tidak melakukan hal yang terbaik.
- f) *Reverence* : adalah perasaan hormat bagi seseorang, tradisi dan institusi, kepercayaan seseorang.

Dari berbagai macam *evidence* yang diungkapkan, bagaimanakah cara mengetes *evidence tersebut* untuk melihat validitasnya sebagai bukti? Berikut Pearson, Nelson, Titsworth, Harter memaparkan (2011: 397) :

- a) Memastikan bahwa *evidence* tersebut konsisten dengan fakta yang telah beredar
- b) Menilik kemungkinan observer lain akan menarik kesimpulan yang sama
- c) Memastikan sumber dari *evidence* tidak bias.
- d) Memastikan sumber dari informasi tersebut memiliki kualifikasi dari pendidikan dan atau dengan pengalaman untuk membuat *statement* dari suatu isu
- e) Memastikan kemungkinan *evidence* tersebut berasal dari pengalaman personal, dan melihat seberapa tipikal pengalaman personal tersebut.
- f) Jika data statistic digunakan, wajib ditilik sumber yang dapat diandalkan, dibandingkan dengan sumber-sumber lain yang dapat dipahami oleh *audience*.
- g) Jika sebuah studi dan survei digunakan, kita harus memastikan jenisnya. Antara lain: autoritatif, valid, dapat diandalkan, obyektif, dan dapat digeneralisasikan.

- h) Mempertimbangkan kesimpulan dari pembicara pantas dengan data yang di presentasikan.
- i) Mempertimbangkan bukti yang menentang (*counterevidence*) untuk dilihat
- j) Menilik kredibilitas pembicara pada topik tersebut

Dalam melakukan retorika Aristotle, selain bukti dan penalaran yang digunakan masih ada lima Canon (dalih/ peraturan) yang tidak boleh dilupakan. Canon retorika tersebut membantu memahami isu mayor yang terlibat dalam seni berbicara di depan publik (Verlinden, 2005: 281).

3. Canon Retorika

Di dalam retorika terdapat lima Canon yang membantu memahami isu mayor dalam seni berbicara di depan khalayak. Canon membantu pembicara agar pidatonya lebih mengesankan (West & Turner, 2007 : 343). Canon-canon tersebut antara lain:

I. Invention

Dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai penemuan. *Invention* didefinisikan sebagai konstruksi atau pengembangan dari sebuah *argument* yang relevan dengan sebuah tujuan dari pidato (West & Turner, 2007 : 343). Seorang *speaker* tidak asal berbicara saja, namun harus secara sistematis mencari isi dan secara sadar memutuskan apa

yang harus disertakan bagi *audience* yang mereka tuju. Canon yang pertama ini berhubungan erat dengan *critical thinking* serta argumentasi. Dalam canon pertama ini didukung dengan faktor pendukung agar bersifat lebih persuasif. Faktor-faktor tersebut antara lain :

- a. Ketika dapat memilih topik, pilih sesuatu yang bermakna
- b. Kenali *subject* nya
- c. Ketahui apa yang kita inginkan dari *audience* kita.
- d. Berikan *argument* terbaik yang dapat kita berikan.
- e. Analisa *audience*
- f. *Tailor the message to the audience*
- g. Pastikan bahwa *audience* tahu bahwa *subject* kita bermanfaat.
- h. Gunakan bukti yang berkualitas tinggi.
- i. Sebutkan sumber bukti yang kita gunakan.
- j. *Be Organised*
- k. *Respon to potential objections*
- l. *Beradaptasi terhadap gangguan yang kita hadapi*

Invention berhubungan erat dengan logos. Dalam *invention* dapat dimasukkan beberapa *argument enthymematic*. Sebagai tambahannya *invention* dimaknai secara luas sebagai *body of information* dan pengetahuan yang dibawa pembicara dalam situasi saat pidato disampaikan (West & Turner, 2007 : 343)

Dalam *invention* terdapat *topics* dan *civic spaces*. *Topics* merupakan bantuan yang digunakan dalam *invention* yang mengacu pada *argument* yang digunakan oleh pembicara. *Topic* (yang mengacu pada *argument* tersebut) membantu menguatkan persuasi pembicara. *Civic spaces* merupakan makna yang tersedia dari persuasi atau lokasi metafora di mana retorik memiliki kesempatan untuk membawa efek perubahan (West & Turner, 2007 : 344).

II. Disposition / Arrangement

Disposisi merupakan penataan ide. Yang dimaksud penataan ide adalah urutan ide dalam *speech* yang kita lakukan. Penataan ide akan membantu pendengar memahami hubungan antara ide serta menghindari kebingungan. Penataan ide yang efektif juga akan membuat pesan lebih persuasif dengan membiarkan setiap ide membangun di atas apa yang telah dipresentasikan lebih dahulu dan membuat argumen lebih kuat.

Menurut West & Turner (2007: 343), Aristoteles merasa bahwa seorang pembicara harus mencari pola penataan pesan yang meningkatkan efektivitas pidato mereka. Dalam penataan pidato ini, dibagi dalam tiga bagian, yakni : *introduction*, *body* dan *conclusion*.

Introduction merupakan bagian dari penataan strategi dalam pidato yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian *audience*, menghubungkan diri dengan *audience* dan menyediakan garis besar tujuan pembicara berpidato. (West & Turner, 2007 : 345)

Body sebagai kelanjutan dari *introduction*, *body* merupakan bagian dari penataan pidato yang berisi *arguments*, *examples*, dan detail detail penting untuk membuat sebuah poin. Aristoteles menyatakan bahwa *audience* harus dibimbing dari satu poin ke poin yang lainnya (West & Turner, 2007: 345).

Sebagai penutup dari pidato, *conclusion* atau kesimpulan merupakan sebuah rangkuman yang berisi poin-poin utama pembicara dan merangsang emosi *audience* (West & Turner, 2007 : 345).

III. Style

Style adalah cara penggunaan bahasa dalam mengekspresikan ide. Penggunaan style yang efektif akan membuat pesan lebih jelas, menarik dan *powerful*. Sebagai *persuader* yang efektif, diharapkan dapat menggunakan bahasa yang secara efektif meyarakan *argument*. Penggunaan bahasa harus sungguh-sungguh diperhatikan sehingga tidak menimbulkan pemahaman yang salah. Menurut West & Turner penggunaan istilah yang aneh atau sudah ketinggalan jaman sebaiknya dihindari. Selain itu, Aristoteles juga menyarankan penggunaan

metafora untuk membantu *audience* memahami hal- hal yang kurang jelas sehingga lebih mudah dipahami (2007 : 346).

IV. Memory

Memory berhubungan dengan kemampuan untuk mengingat mengenai apa yang akan kita katakan. Pada zaman dahulu, hal ini berarti mempelajari cara untuk mengingat ide dalam urutan untuk kita mempresentasikan mereka dengan bahasa yang kita rencanakan. Pada masa kini, hal ini lebih kepada bagaimana menggunakan catatan atau manuskrip dari pada menghafal secara keseluruhan.

Delivery

Delivery merupakan canon final dari retorika. *Delivery* melibatkan secara vokal dan fisik dalam mempresentasikan *speech* kita. *Delivery* sangat penting karena orang lebih memperhatikan ide yang dipresentasikan secara menarik dan *powerful*. *Delivery* seharusnya mempresentasikan ide sesuai bobotnya dan tidak untuk membuat ide lemah tampil lebih kuat.

Menurut West & Turner (2007: 347), *delivery* merupakan presentasi non verbal dari seorang pembicara. Di dalamnya terdapat kontak mata, tekanan suara, pengucapan, dialek, gerakan tubuh dan penampilan fisik. Pembicara disarankan untuk menggunakan tingkatan

pitch, ritme, volume, dan emosi yang pantas. Aritoteles meyakini bahwa cara sesuatu diucapkan mempengaruhi kejelasannya.

4. *Rebuttal / Refutation (sanggahan)*

Sanggahan dapat diberikan dalam beberapa cara. Dilihat dari jenis argumennya, sanggahan yang diberikan dapat berbeda pula. Menurut Pearson, Nelson, Titworth, Harter, (2011: 398) poin lemah dari *inductive arguments* merupakan kejelasan dari proposisi, kualitas dari contoh individu, dan tempat dari lompatan kesimpulan terjadi. Demikian juga pada *deductive arguments*, merupakan subyek dari sanggahan dengan menanyakan premis mayor, penerapan dari premis minor, dan makna dari kesimpulan yang ditarik. Misalnya: apakah semua pengemudi yang mabuk berbahaya? Mungkin jawabannya bergantung pada bagaimana setiap negara bagian mendefinisikan “mabuk”. Beberapa negara bagian mengatakan jika kadar alkohol dalam darah ,08 ada yang mengatakan , 10, dan yang lain memiliki batasan yang berbeda. Tampaknya bahkan masyarakat tidak memiliki kesepakatan pada apa yang merepresentasikan “kemabukan” seseorang.

Menurut Beebe, Beebe & Ivy, (2010 : 416) salah satu cara mempergunakan sanggahan sebagai salah satu strategi yakni dengan mengadaptasikan pesan kita terhadap *audience*.

5. Logical Fallacies

Dalam kesalahan penalaran logis, terdapat sebanyak 125 kesalahan yang berbeda (Lucas, 2007: 452). Namun dalam bukunya, Lucas tidak membahas semuanya, namun hanya lima kesalahan logika:

a) *Red herring* : Pembicara yang menggunakan *logical fallacies Red Herring* menggunakan isu yang tidak relevan untuk mengalihkan perhatian dari subyek yang sedang didiskusikan. Kesalahan logika ini dinamai dari trik tua yang digunakan oleh para petani di Inggris untuk menghindarkan para pemburu rubah dan anjing pemburunya menerobos ke tanaman mereka. Petani menyebarkan aroma ikan herring untuk mengalihkan bau rubah sehingga anjing pemburu tertipu

b) *Ad Hominem* : merupakan kesalahan logika yang menyerang individual dari pada fokus pada issue yang sedang didiskusikan. Misalnya saja :

The governor has a number of interesting economic proposal, but let's not forget that she comes from a very wealthy family.

c) *Either – Or* : merupakan kesalahan logika yang memaksa pendengar untuk memilih diantara dua pilihan, padahal pilihan yang ada tidak hanya dua.

Misalnya : *the government must either raise taxes or reduce services for the poor*

d) *Bandwagon*: adalah kesalahan logika yang mengasumsikan bahwa karena sesuatu itu populer, maka sesuatu itu benar, diinginkan atau baik.

Misalnya : *the president must be correct in his approach to domestic policy; after all, the polls show that 60 percent of the people support him.*

e) *Slippery Slope* : merupakan kesalahan logika yang mengasumsikan bahwa sekali langkah pertama diambil akan membawa kepada langkah tahapan berikutnya yang tidak mungkin dihentikan.

Misalnya : *if we allow the government to restrict the sale of semiautomatic weapons, before we know it, there will be a ban on the ownership of handguns and even hunting rifles. And once our constitutional right to bear arms has been compromised, the right of free speech will be the next to go.*

Dalam bukunya, Lewis dan Slade (1994: 88-89) mengatakan bahwa *fallacies* merupakan kesalahan dari sebuah argument baik *inductive* atau *deductive* yang mungkin dapat mengakibatkan *argument* yang tidak valid atau strategi yang menyesatkan. Dalam penjelasannya mengenai kesalahan logika, Lewis dan Slade mengatakan bahwa *contradiction* atau kontradiksi merupakan pernyataan tegas (*assertion*) yang terus menerus, namun memiliki sangkalan pada salah satu pernyataan tersebut.

Lewis dan Slade memiliki beberapa tambahan *fallacies* yang berbeda (1994: 90), antara lain :

f) *appeal to authority* : merupakan sebuah argument di mana evaluasinya tidak berdasarkan logika, namun dari rekomendasi yang berwenang.

g) *appeal to tradition* : merupakan argument yang menyarankan bahwa suatu tindakan benar karena sesuai dengan tradisi yang berlaku.

h) *causal fallacy* : merupakan sebuah peristiwa yang lebih dahulu dari yang lain secara salah menyebabkan peristiwa yang mengikutinya. Kesalahan dalam kesalahan logika ini adalah hanya karena sebuah peristiwa mengikuti peristiwa yang lain maka kita mempercayai peristiwa pertama adalah penyebab peristiwa kedua.

Misalnya : *It was terribly hot yesterday, so I had few beers, and got a shocking headache.*

i) *fallacy of moderation or compromise* : merupakan kesalahan logika di mana ektreme adalah salah, dan titik tengah atau kompromi kemungkinan besar adalah benar.

E.Kerangka Konsep/ Kerangka Pemikiran

1. Anatomi adalah uraian yang mendalam tentang sesuatu. (kamus besar bahasa Indonesia, 2002 : 44)
2. Debate

Debate adalah *clashes of arguments* (benturan antar argument). Selalu ada dua sisi yang berlawanan untuk setiap cerita. Selalu ada alasan kenapa seseorang mendukung atau menentang suatu hal. Debat menjelajahi alasan-alasan di balik setiap alasan. Untuk membuat alasan-alasan itu dapat dipahami dan meyakinkan, seorang debater harus menghidupkan alasan mereka dengan kemampuan komunikasi. (Jogja Debating Forum handbook, 2010 : 4) dalam debat yang sering dipergunakan di Indonesia, ada beberapa tipe. Antara lain : British Parliament, Asian – Austral, World School Debate Competition.

2. *Contextualization*

Adalah ruang lingkup di mana isu atau kasus akan diperdebatkan. Intensitas dari definisi biasanya tergantung kepada tipe dari *motion* (usul yang akan diperdebatkan). Ada dua macam *motion*. Yang pertama adalah *closed motion*, di mana tim tidak perlu bekerja keras untuk memberikan konteks kepada mosi tersebut karena mosi tersebut telah memberikan definisi dan konteks yang harus diperdebatkan dengan cukup jelas. Yang ke dua adalah mosi terbuka atau *open motion*, di mana mosi terbuka cenderung lebih general, dan tim afirmatif bertugas untuk mengatur debat dengan kontekstualisasi terlebih dulu. (JDF hand book, 2010 : 16)

3. *Arguments* (JDF Handbook, 2011 : 21)

Argumen merupakan alasan kenapa kita mendukung atau tidak mendukung suatu mosi. *Clashes* dari sebuah argument di bawa oleh ke dua belah tim yang kemudian akan ditimbang oleh *adjudicator* di akhir ronde, untuk kemudian menentukan tim mana yang akan menang. Karena itu, argument harus meyakinkan.

Argument yang biasa digunakan biasanya memiliki struktur (JDF Hand book, 2011 : 21) :

- I. Assertion : statemen dari klaim kita. Statement mengapa kita mendukung atau tidak mendukung suatu mosi.
- II. Reasoning : menjelaskan secara logis mengapa klaim kita benar. Ini adalah “sebab (*because*)” dari statemen yang telah kita berikan sebelumnya.
- III. Evidence : memberikan data yang mendukung dari alasan kita. Bisa berupa kejadian sebelumnya (*precedence*), atau statistik.
- IV. Link Back : merupakan kesimpulan dari seluruh penjelasan yang kita berikan, yakni bagaimana argumen kita membuktikan bahwa suatu mosi tersebut benar atau salah.

4. *Rebuttal* atau *Refutation*

Rebuttal atau sanggahan merupakan argument yang digunakan untuk melawan posisi orang lain terhadap suatu isu (Pearson, Nelson, Titworth, Harter., 2011: 398). Sedangkan menurut Beebe, Beebe & Ivy (2010: 416), *refutation* merupakan strategi yang diorganisasi di mana sanggahan tersebut mengidentifikasi keberatan terhadap argument kita, lalu kita melawan keberatan tersebut dengan *arguments* dan *evidence*.

5. *Fallacies*

Menurut Lucas, *fallacies* adalah error dalam *reasoning* atau penalaran (2007:452), sehingga kesimpulan yang ditarik tidak sesuai dengan bukti-bukti yang dipaparkan, atau bukti-bukti yang dipaparkan tidak dapat membawa kita dalam kesimpulan yang diharapkan.

6. Sistematika Debat Parlementer

Dalam debat parlementer, sistematika yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah debat Austral-Asian Parlementer. Dalam debat, ada dua tim yang saling berlawanan yakni tim Government atau disebut juga tim Affirmative, dan tim Opposisi atau yang sering disebut sebagai tim Negative.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif *case study*, dengan pendekatan eksplorasi. Metode analisis data bersifat *deskriptive eksplanatory* yakni berusaha menjelaskan data yang diperoleh mengenai argument dalam transkrip debat parlementer mahasiswa dalam PIMNAS 2012.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih efektif dalam mengungkap kekompleksan fenomena komunikasi terutama proses komunikasi. Kekuatan dari riset kualitatif adalah bagaimana riset ini menangkap kompleksitas interaksi karena riset ini tidak membatasi observasi pada satu atau aspek-aspek lainnya (Keyton, 2006: 59-60).

Studi kasus memfokuskan perhatian kepada satu atau beberapa instansi dari sebuah fenomena sosial seperti sebuah desa, sebuah keluarga atau geng remaja. Kasus yang dipelajari dapat berupa suatu periode waktu dari pada kelompok tertentu (Babbie, 2008: 326).

2. Metode Penelitian

Metode studi kasus dipilih karena mampu memberikan ruang bagi penulis untuk memberikan kontribusi pengetahuan dari individu, kelompok, organisasi, sosial, political dan fenomenal (Yin, 2009: 4). Studi kasus ini muncul ketika ada

hasrat untuk memahami fenomena sosial yang kompleks. Studi kasus memungkinkan *investigator* menjaga sebuah kejadian *real- life even* yang *holistic* (menyeluruh), dan penuh karakteristik seperti siklus kehidupan, perilaku, proses manajerial, dan lain-lainnya (Yin, 2009: 4)

Menurut Stake dan Creswell yang dikutip oleh Yudarwati (2011:98):

“ A case study is not a particular method but a strategy for choosing what is to be studied (Stake, 2005). A case study assists the researcher in defining the unit of analysis to be studied, the “bounded system ... by time and place” (Creswell,1998, p. 61). A case study draws attention to what specifically can be learned from the single or several cases. A case study, accordingly, enables the researcher to investigate issues inconsiderable depth.”

Dalam penelitian ini, peneliti melihat pidato debat para *debater* dalam sebuah lomba pidato sebagai kasus-kasus yang dipelajari dalam sebuah unit analisis yang terikat dalam sebuah sistem yakni debat parlementer, waktu dan tempat yang tidak akan terulang lagi serta konten pidato yang akan terus berkembang seiring berjalannya waktu dengan perubahan yang terjadi di masyarakat dan perkembangan kemampuan berpikir para debater muda Indonesia.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *explorative* di mana debat parlementer dilihat sebagai suatu proses persuasi dengan *argument- argument* yang dibangun, serta menelaah bagaimana argument tersebut dibangun dengan tidak meninggalkan dinamika yang terjadi dalam debat. *Argument* akan dilihat sedari *debater* mendiskusikan pembagian materi pidato dalam *case*

building, argument tambahan yang keluar saat di atas podium ketika memberikan pidato, statemen saat menjawab interupsi dan consistensi *argument* yang diberikan.

3. Lokasi Penelitian

Data penelitian pidato debat diambil saat lomba debat bahasa Inggris di Pekan Ilmiah Mahasiswa 2012 yang diselenggarakan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pekan Ilmiah Mahasiswa merupakan ajang tahunan yang diselenggarakan oleh kementerian pendidikan. Sedangkan wawancara dilakukan secara online menggunakan fitur obrolan di dunia maya seperti yahoo messenger, facebook dan whatsapp *mobile application*.

4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data akan melalui cara observasi. Menurut Marshall & Rossman (1995: 79), observasi memerlukan pencatatan dan perekaman data yang sistematis dari sebuah kejadian, perilaku atau artifak, peneliti tidak perlu mengambil peranan khusus, namun harus memberikan toleransi dan tidak menonjolkan diri.

Observasi baru tepat pelaksanaannya jika dapat memenuhi ciri-ciri berikut ini (Black & Champion, 2001: 286) :

1. Dapat menangkap keadaan (konteks) sosial alamiah tempat terjadinya perilaku.

2. Dapat menangkap peristiwa yang berarti atau kejadian-kejadian yang mempengaruhi relasi sosial antar *participant*.
3. Mampu menentukan realitas serta peraturan yang berasal dari falsafah atau pandangan masyarakat yang diamati.
4. Mampu mengidentifikasi peraturan dan gejala-gejala yang berulang dalam masyarakat sosial dengan membandingkan dan melihat perbedaan-perbedaan dari data yang diperoleh dalam suatu studi dengan data studi dari keadaan (*setting*) lingkungannya.

Tipe observasi yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah observasi *non participant* di mana observasi ini merupakan prosedur di mana peneliti mengamati tingkah laku orang lain dalam keadaan ilmiah, tapi peneliti tidak melakukan partisipasi terhadap kegiatan di lingkungan yang diamati (Black & Champion, 2001: 289).

Dalam penelitian ini, observasi akan dilakukan selama proses lomba Pekan Ilmiah Mahasiswa 2012, dimulai dari ketika motion diberitahukan kepada para debater hingga juri memutuskan siapa pemenang dalam sebuah sesi debat tersebut.

Untuk data pendukung akan digunakan teknik *in-depth interview*. Menurut Marshal & Rossman (1995: 80) dikutip dari Kahn & Cannel (1957: 149) mengatakan bahwa wawancara mendalam didiskripsikan sebagai “pembicaraan dengan tujuan”. Selain itu, Marshal & Rossman juga mengutip kata-kata Patton

(1990: 280-290), bahwa ada beberapa jenis wawancara yang dapat digunakan, yakni: *general interview*, *standardized open-ended interview*, dan *informal conversation interview*.

Dalam penelitian ini, juga akan digunakan teknik wawancara *informal conversation interview* dengan para debater mengenai bagaimana mereka membangun kualitas mereka dalam dunia debat.

5. Teknik Analisis Data

Seperti yang diungkapkan Yudarwati (2011: 122), *To analyse the data, the researcher followed some data analysis procedures as suggested by some scholars (Daymon & Holloway, 2002; Miles & Huberman, 1994; Yin, 2009): organising data, data reduction, and identifying patterns.*

Proses analisis data akan diawali dengan proses pentranskripsi data. Data suara akan terlebih dahulu ditranskrip menjadi data tertulis, seluruh data akan dibaca dan ditelaah. Dari proses ini kemudian data akan direduksi. Data yang tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian akan dihilangkan agar tidak menghambat proses penafsiran data.

Tahap analisis data adalah proses mengurutkan, menyusun dan memaknai data yang telah disusun secara masal. Proses analisis data seringkali berawal dari penemuan data pertama. (Keyton, 2006: 290).

Langkah pertama dalam proses analisis data kualitatif adalah untuk menangkap reaksi penulis dan impresi dari masyarakat, tatanan tempat (*setting*) dan interaksi yang terjadi. Peneliti menggunakan *analytical memos* untuk memisahkan analisis mereka dari kumpulan data. Langkah yang kedua adalah untuk memproses data yang telah dikategorisasikan ke dalam unit-unit yang bermakna (Keyton, 2006: 291).

Langkah kedua yang dilakukan adalah mendiagramkan data. Pada poin ini beberapa peneliti melakukan pengurangan data dengan mengubahnya ke dalam bentuk grafis seperti yang ditulis oleh Creswell dalam Keyton (2001 : 291), dalam proses ini, data dapat ditata menjadi per permasalahan, judul, tema atau interaksi.

Langkah ketiga adalah dengan mengkategorisasi data. Pengkategorisasian data juga berguna untuk mengurangi data yang tidak berhubungan dengan penelitian. Pengategorisasian data bisa jadi berupa tabel atau kutipan, contoh atau tema yang mirip. Kategorisasi dapat ditarik dari literature yang dijadikan untuk membangun desain penelitian (Keyton, 2001: 293).

Miles dan Huberman dalam Yin (2009: 129) menyampaikan analisis data yang *comprehensif* sebagai berikut :

1. Meletakkan informasi dalam larik-larik yang berbeda

2. Membuat susunan data (Matrix) data dari kategori dan meletakkan bukti dalam kategori-kategori tertentu
3. Menyusun informasi dalam susunan yang kronologis atau menggunakan susunan waktu

Pentafsiran data yang dilakukan adalah dengan menarik makna, menghubungkan logika-logika yang diberikan dalam pidato, penyoroti perkembangan isi pidato dari materi tertulis pada catatan pidato dan membandingkan dengan apa yang diucapkan *debater* di atas mimbar/ podium, serta melihat respon yang diberikan yang diberikan saat interupsi. Tidak lupa diskusi antar *debater* yang bekerja sama dalam sebuah tim akan dilihat sebagai bagaimana cara debate membagi dan mengorganisir pesan yang akan disampaikan.

Bentuk analisis nya akan dilakukan dengan metode *case study* yang menurut Berg merupakan cara pengumpulan data dan teknik analisis yang baru. (Berg, 2007: 284).

Metode analisis data nya dilakukan dengan mengorganisais data dan mengkode data, meletakkan konsep ke dalam kerangka konsep, dan menghubungkan data dengan tema penelitian dan literature. Setelah itu penulis merefleksikan penelitiannya dengan mereview dan mempertimbangkan penelitiannya. Mempertimbangkan apa makna temuannya, menganalisa implikasi nya dengan kerangka konsep, mencari bukti yang kontra, mencari penjelasan alternatif, memperbandingkan temuan dengan

literature, lalu *grounded theory* atau memberikan penjelasan dari permasalahan atau isu yang dipertimbangkan di awal, memperbandingkan penjelasan peneliti dengan apa yang ada di literatur (Berg, 2007: 287).

Dalam analisis data dengan pendekatan *explorative*. Menurut Berg case studi dengan tipe eksploratif adalah studi kasus yang ranah kerja dan pengumpulan data bisa dilakukan sebelum menentukan pertanyaan penelitian, tipe penelitian ini dapat membuka jalan bagi penelitian yang lebih besar lagi (Berg, 2005 : 292).