



MODUL KOMPETENSI PEMBICARA





KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN
PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA
NOMOR 151 TAHUN 2023
TENTANG
PENETAPAN TIM PENYUSUN DAN PENGEMBANG MODUL
PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN
PELATIHAN TENAGA ADMINISTRASI TAHUN 2023

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
DAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA,

- Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan kualitas mutu pelatihan teknis administrasi pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi perlu menyusun dan mengembangkan modul pelatihan teknis administrasi;
- b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Keputusan ini dipandang cakap, mampu dan memenuhi syarat untuk diangkat menjadi tim penyusun dan pengembang modul pelatihan teknis administrasi;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan dan Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama tentang Penetapan Tim Penyusun dan Pengembang Modul Pelatihan Teknis Administrasi Pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi Tahun 2023;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2023 tentang Aparatur Sipil Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 141, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6897);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2017 tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6477);
3. Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2023 tentang Kementerian Agama (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 21);

4. Peraturan Menteri Agama Nomor 19 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Pelatihan Sumber Daya Manusia pada Kementerian Agama (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 711);
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 15 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 846);
6. Peraturan Menteri Agama Nomor 72 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 955);

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA TENTANG PENETAPAN TIM PENYUSUN DAN PENGEMBANG MODUL PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN TENAGA ADMNISTRASI TAHUN 2023.
- KESATU : Menetapkan Tim Penyusun dan Pengembang Modul Pelatihan Teknis Administrasi pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi Tahun 2023 adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.
- KEDUA : Tim penyusun dan pengembang modul pelatihan teknis administrasi pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi yang selanjutnya disebut tim penyusun sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU melaksanakan tugas sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- KETIGA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
Pada tanggal 14 November 2023
KEPALA BADAN PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN
DAN PELATIHAN,



SUYITNO

LAMPIRAN
KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
DAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA
NOMOR 151 TAHUN 2023
TENTANG
TENTANG PENETAPAN TIM PENYUSUN DAN PENGEMBANG MODUL
PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN
PELATIHAN TENAGA ADMINISTRASI TAHUN 2023

TIM PENYUSUN DAN PENGEMBANG MODUL PELATIHAN TEKNIS
ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN TENAGA
ADMINISTRASI TAHUN 2023

NO	Judul	Penulis/Penyusun
1.	Teknik Dasar <i>Public Speaking</i>	1. Sri Mulyati 2. Sri Hendriani
2.	Kompetensi Pembicara	1. Ispawati Asri 2. Yaniwati
3.	Peran Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam Aktivitas <i>Public Speaking</i>	1. Agustina 2. Rana Mahira Althaf
4.	Klasifikasi Aktivitas Dalam Penataan Acara	1. Endah Prasetyani 2. Rahmi Siregar
5.	Konsep Dasar Perdamaian dalam Penanganan Konflik	1. Yulianti 2. Artie Pramita Aptery
6.	Membangun Bina Damai dalam Analisis Konflik Sosial	1. Qurrotu Aini 2. Syafrillah
7.	Kearifan Lokal dalam Menciptakan Kedamaian	1. Amik Tri Istiami 2. Ahmad Kamal
8.	Peran Aktor Kerukunan Umat Beragama dalam Bina Damai	1. Nurhasanah 2. Karnadi
9.	Penghentian Konflik melalui Bina Damai	1. Ainun Fitriyati 2. Wawan Gunawan
10.	Proses Bina Damai Pemulihan Pasca Konflik	1. Djubaidah 2. Samidi
11.	Manajemen Berbasis Madrasah (MBM)	1. Neneng Maria Kiptyah 2. Jumanto
12.	Pengembangan Potensi Diri Kepala Madrasah	1. Mardiyanti 2. Teja Primawati Utami
13.	Pemberdayaan Sumber Daya Madrasah	1. Rahmiyati 2. Afiati

14.	Inovasi dalam Kepemimpinan Kepala Madrasah	1. Siti Kusriyah 2. Hesti Kusumaningrum
15.	Pengelolaan Keuangan Madrasah	1. Devi Yonesi 2. Kiki Yulia Hanafia

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN
DAN PELATIHAN,



SUYITNO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa. Berkat rahmat dan hidayah-Nya, Pusdiklat Tenaga Administrasi Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama telah berhasil menyelesaikan penyusunan Modul Pelatihan Teknis Administrasi.

Modul ini dapat diselesaikan berkat kontribusi berbagai pihak, untuk itu kami mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada para pengelola dan pelaksana kegiatan serta khususnya kepada penyusun modul. Semoga karya ini menjadi sumbangan berharga dalam mewujudkan kualitas pelatihan pada Kementerian Agama.

Substansi materi yang diuraikan dalam modul ini adalah pengejawantahan dari Kurikulum dan Silabus (Kursil) pelatihan yang telah disusun sebelumnya. Modul ini telah berhasil menuangkan standar kompetensi, indikator hasil belajar dan uraian materi sehingga memenuhi kebutuhan peserta pelatihan dalam memahami materi yang diajarkan oleh fasilitator.

Modul ini dapat membantu peserta pelatihan dalam proses pembelajaran dan memudahkan fasilitator dalam menyampaikan materi pelatihan. Semoga modul ini dapat membantu peserta dan fasilitator dalam mencapai tujuan pembelajaran.

Jakarta, 22 November 2023

Kepala Pusdiklat Tenaga Administrasi



Dr. Syafi'i, M.Ag

PENDAHULUAN

Sejarah mencatat bahwa kegiatan public speaking telah dilakukan di Yunani dan Romawi Kuno dalam bentuk retorika, terutama saat sistem politik demokratis diterapkan di sana. Keterampilan public speaking diajarkan di sekolah-sekolah karena dibutuhkan saat rapat politik dan proses pengadilan pada masa itu.

Model Aristoteles merupakan model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Aristoteles yang hidup pada saat komunikasi retorika sangat berkembang di Yunani. Perkembangan keterampilan orang membuat pidato pembelaan di muka pengadilan dan rapat-rapat umum yang dihadiri oleh rakyat. Sehingga, Model ini lebih berorientasi pada pidato, terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain, sehingga model ini juga bisa disebut sebagai model retorikal/ model retorik, yang kini dikenal sebagai komunikasi publik. Model komunikasi ini, mempunyai 3 bagian dasar dari komunikasi yaitu, pembicara (*speaker*), pesan (*message*) dan pendengar (*listener*).

Proses komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Menurut Aristoteles, inti dari komunikasi adalah persuasi dan pengaruh dapat dicapai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik. Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (etos- kepercayaan anda), argumen anda (logos- logika dalam pendapat anda), dan dengan memainkan emosi khalayak (pathos- emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi isi pidato, susunannya, dan cara penyampainnya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu ke dalam suatu keadaan emosi. (Deddy, Mulyana. 2002 : 135).

Public speaking adalah kemampuan berbicara di depan banyak orang, menyampaikan pesan yang dapat dimengerti dan dipercaya oleh publik pendengarnya. Public speaking dapat memiliki peran luar biasa dalam kehidupan kita, antara lain (Hamilton, 2003: 3):

1. Mengembangkan diri pribadi. Bila kita dapat melakukan Public speaking kita tidak perlu ketakutan setiap kali menghadapi kemungkinan diminta berbicara di depan orang banyak, baik di dunia kerja ataupun di lingkungan keluarga. Kita juga dapat menyampaikan ide kita kepada orang lain secara lebih efektif hingga memberi kepuasan bahwa ide kita diterima atau diterapkan. Saat ini banyak perusahaan

yang meminta pelamar kerja untuk membuat proposal program kerja yang akan dilakukan lalu mempresentasikannya. Ide yang telah dituangkan dalam sebuah proposal akan terdengar menarik atau tidak tergantung dari bagaimana pembicara mempresentasikannya. Dapat dipastikan pelamar yang dapat mempresentasikan idenya dengan baik yang akan diterima bekerja. Semakin banyak kita berlatih maka semakin baik kita mempresentasikan ide di depan orang lain. Kita pun akan semakin percaya diri karena ide kita lebih sering didengar dan diterima orang.

2. Mempengaruhi dunia sekitar kita. Perubahan yang terjadi di masyarakat sering kali berawal dari ide satu orang yang ditularkan kepada orang-orang lain. Bila kita memiliki keterampilan PS maka kita akan lebih mudah dapat mempengaruhi orang-orang lain supaya menerima dan melaksanakan ide kita, yang menghasilkan perubahan kelompok tersebut. Dalam skala kecil perubahan tersebut dapat berupa ide menggalang warga lingkungan untuk melakukan kegiatan kebersihan bersama. Dalam skala lebih besar, perubahan dapat terjadi pada komunitas yang lebih besar.
3. Meningkatkan karier. Kemampuan mempengaruhi orang lain, termasuk atasan, dapat membuat kerja kita berlangsung lebih baik. Bahkan bila rekan kerja dan atasan melihat kita terampil berbicara di orang-orang lain, mereka akan melihat kita sebagai orang yang memiliki kredibilitas tinggi hingga kesempatan promosi lebih terbuka lebar.

Keterampilan Public speaking adalah keterampilan yang memiliki kekuatan untuk mengubah dunia kita dengan cara yang sederhana, tanpa kekerasan. Memiliki keterampilan Public speaking juga akan membuat kita lebih unggul dibanding orang-orang lain. Contoh yang sering kita lihat di media, terutama di televisi, memperlihatkan Public speaking dalam situasi politik. Misalnya saat kampanye pemilihan presiden dan wakil presiden atau rapat parlemen.

Namun sebenarnya Public speaking dipakai di semua bidang kehidupan, tidak hanya di bidang politik. Misalnya di bidang kesehatan saat kita berperan sebagai seorang Penyuluh kesehatan yang menjelaskan cara memantau jentik nyamuk demam berdarah, atau di bidang lingkungan hidup saat kita berperan sebagai aktivis yang mengajak para mahasiswa menggunakan kertas bolak-balik untuk menghemat penggunaan kertas. Bayangkan bila kita dapat menyampaikan

pesan dengan sangat baik hingga saran kita dilaksanakan, warga akan terhindar dari demam berdarah dan jumlah pohon yang harus ditebang untuk membuat kertas dapat berkurang, maka kita telah mengubah dunia menjadi lebih baik.

Tidak semua pejabat negara pandai melakukan komunikasi pemerintahan secara efektif. Mengapa, karena komunikasi pemerintahan tidak hanya terkait dengan persoalan khalayak serta isu-isu yang dikomunikasikan; namun terkait juga dengan kompetensi seseorang. Cakupan kompetensi seseorang sebagaimana dimaksud oleh Spencer & Spencer meliputi *motives*, *traits*, *self-concept*, *knowledge* dan *skills*. Dari lima dimensi kompetensi tersebut, senyatanya tidak semua pejabat negara memiliki *traits*, *self-concept*, *knowledge* dan *skills* retorika. Artinya, tidak semua pejabat negara memiliki *traits* (karakteristik) yang ideal untuk tampil sebagai orator; tidak semua pejabat negara memiliki *self-concept* (citra diri) yang menarik; tidak semua pejabat negara mempunyai *knowledge* (pengetahuan) yang mendukung penampilannya; dan tidak semua pejabat negara mempunyai *skills* (ketrampilan) retorik yang diperlukan untuk berbicara secara efektif dan meyakinkan khalayak.

BAB 1 ASPEK KOMPETENSI PEMBICARA

Al Kisah, 24 abad lalu, atau sekitar 300 SM. Di suatu perguruan yang sunyi di pinggiran kota Athena Yunani, terjadi dialog alot antara sang murid Aristoteles dengan sang maha guru Plato. Dalam perkembangannya Socrates, Plato, dan Aristoteles merupakan tiga Filsof Yunani Kuno yang buah pikirannya terkenal dan diakui masyarakat dunia sampai sekarang.

Pada saat itu keduanya berdiskusi tentang lontaran topik yang dikemukakan Aristoteles kepada sang Guru Plato. Keduanya juga membahas ragam ilmu pengetahuan, termasuk etika, politik; fisika, ilmu alam, dan seni. Salah satunya tentang tiga hal yang dikemukakan Aristoteles yaitu ethos, pathos, dan logos. Buah pikiran itu mengerucut dan menjadi cikal bakal pengetahuan yang kita kenal sekarang dengan rhetorical triangle yaitu : ethos; pathos, dan logos.

Dalam ilmu manajemen dan komunikasi, rhetorical triangle ini menjadi elemen pengaruh yang signifikan dalam manajemen, kepemimpinan modern suatu organisasi. Proses komunikasi yang dibangun akan lebih bermakna manakala memperhatikan ketiga aspek tersebut.

Etos bercirikan kredibilitas dan kepercayaan atau *credibility & trust*. Sedangkan aspek pathos berkaitan dalam mengelola emosi dan sistem nilai. Yaitu bagaimana empati, persuasi dibangun melalui komunikasi insani. Sedangkan aspek logos berkaitan dengan logika, reasoning dan proof. Pembuktian antara yang diucapkan dengan data lapangan. Tak pernah memanipulasi data. Tak pernah *exagaratte fact* melebihi lebihkan fakta. Atau kegiatan menggoreng kebohongan dan kebenaran (*lies & truth*) dalam kemasan yang menipu.

1. ETHOS

Komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, mempunyai ide-ide menarik, dan penuh daya kreativitas. Karena itu, komunikator biasa disebut pengirim, sumber, *source* atau *encoder*. Komunikator menurut Erliana Hasan dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Pemerintahan* adalah “orang yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang” (Hasan, 2005:36).

Hal tersebut, sejalan dengan pengertian komunikator yang dikemukakan Cangara sebagai berikut: “Pihak yang mengirim pesan kepada khalayak”. Untuk mencapai komunikasi yang sempurna, seorang komunikator harus memiliki kepercayaan dan kompetensi, daya tarik, dan kekuatan (Cangara, 1998:87).

Kepercayaan menurut Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh penerima (Cangara, 1998:87). Kepercayaan seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika.

Kepercayaan dapat diperoleh apabila seorang komunikator memiliki retorika yang baik. Dalam hal ini Aristoteles membedakan retorika menjadi dua, yaitu *public speaking* and *logical discussion* (Berger, 2000 : 53). Retorika ala Aristoteles memiliki dua asumsi dasar: pertama, *effective public speakers must consider their audience*; dan kedua, *effective public speakers utilize a number of proofs in their presentations*. (West dan Turner, 2004 : 315)

Menurut Aristoteles, seorang pembicara yang baik adalah mereka yang sadar siapa *audience* mereka dan mengedepankan bukti-bukti yang relevan dan dapat dipercaya dalam presentasi mereka. Dengan bukti- bukti yang meyakinkan seorang pembicara menjadi kredibel. Retorika Aristoteles memiliki lima nilai dasar, yaitu *ethos*, *pathos*, *logos*, *aim* dan *mode*. (Berger, 2000 : 60) :

Term	Definition
Ethos	<i>Character of speaker helps convince</i>
Pathos	<i>Appeal to emotion in listener (audience)</i>
Logos	<i>Proof based on reason, logical argument.</i>
Aim	<i>Purpose of discourse</i>
Mode	<i>Medium used (Talk, radio, TV, film etc.</i>

Sumber : West and Turner, 2004 : 320

Selain *ethos*, *pathos*, *logos*, *aim* dan *mode*, Aristoteles juga memiliki cara lain untuk membangun sebuah retorika yang dahsyat. Lima cara retorika tersebut disebut *five canons of rhetoric*. Kelima hal tersebut adalah berikut :

1. *Invention* adalah konstruksi sebuah pidato yang membangun argumentasi sebuah pidato. Hampir sama dengan *logos*, *invention* dapat terdiri dari *enthymeme-enthymeme* untuk membangun keyakinan *audience*. Salah satu yang menjadi bagian dari *invention* adalah topik.
2. *Arrangements* adalah organisasi dari sebuah pidato. Pidato terdiri dari pembukaan, batang tubuh dan penutup. Pembukaan merupakan hal yang paling krusial, sebab ia bisa memikat pendengar seketika atau malah membosankan. *Arrangements* memudahkan *audience* untuk memahami sebuah pembicaraan.
3. *Style* merupakan penggunaan bahasa untuk mengekspresikan ide pembicara. Yang termasuk dalam *style* adalah pilihan kata dan termasuk ketepatan penggunaan istilah. Menggunakan istilah-istilah yang umum sudah pasti akan membosankan *audience*, begitu juga dengan penggunaan istilah-istilah yang langka untuk digunakan, *audience* juga sulit mengerti. Untuk menjembatani kesenjangan ini, Aristoteles menggunakan *metaphor*. Metafora atau pengandaian digunakan untuk menjelaskan sesuatu yang sulit.
4. *Delivery* adalah ekspresi non verbal dari pembicara. Yang termasuk dalam non verbal pembicara adalah perilaku, kontak mata, *pronunciation*, dialek, gerakan tubuh hingga penampilan fisik.
5. *Memory* adalah sesuatu yang harus diingat pembicara untuk mentransmisikan *invention*, *style* dan *arrangements* pada pendengar.

Ethos adalah kekuatan yang dimiliki komunikator (pembicara) dari karakter pribadinya, sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. *Pathos* adalah kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam mengendalikan emosi pendengarnya (penerima pesan), sedangkan *logos* adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya (Hafied Cangara, 2009).

Menurut Aristoteles, yang paling besar dan kuat pengaruhnya adalah *ethos* yang dilatarbelakangi *track record*, catatan perilaku, dan suri teladan. Ada pula yang mengatakan bahwa *ethos* terdiri atas pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang

baik.

Menurut Richard West dan Lynn H. Turner dalam buku *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (2008), *ethos* mengacu pada karakter, inteligensi, serta niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara ketika berpidato. Sederhananya, *ethos* merupakan kredibilitas yang dimiliki pembicara.

Aristoteles menambahkan, penyampaian pidato oleh orang yang tepercaya akan lebih persuasif dibanding pidato seseorang yang kejujurannya dipertanyakan. Dikutip dari buku *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (2014) oleh Rachmat Kriyantono, kredibilitas sumber (pembicara) mencakup dua hal, yakni: apakah komunikator bisa dipercaya untuk menyampaikan pernyataan sesuai realitas, atau apakah yang disampaikan juga dilakukan (*trustworthy*) dan apakah komunikator dianggap memiliki kemampuan atau ahli di bidang yang dibicarakannya (*expertise*).

Komponen Ethos, terdiri dari:

1. pikiran baik (*good sense*)
2. akhlak baik (*good moral character*)
3. maksud yang baik (*good will*)

Dimensi-dimensi etos

- Faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikator terdiri dari kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Ketiga dimensi ini berhubungan dengan pengaruh sosial yang timbulkannya. Menurut Herbert C. Kelmen (1975) pengaruh komunikasi kita pada orang lain berupa tiga hal : internalisasi, identifikasi, dan ketundukkan.
- Internalisasi terjadi bila orang menerima pengaruh karena perilaku yang dianjurkan itu sesuai dengan sistem nilai yang dimilikinya. Kita menerima gagasan, pikiran, anjuran orang lain, karena gagasan, pikiran, atau anjuran tersebut berguna untuk memecahkan masalah, penting dalam menunjukkan arah, atau dituntut oleh sistem nilai kita. Dimensi etos yang paling relevan di sisni adalah kredibilitas, yakni keahlian komuniktor atau kepercayaan kita kepada komunikator.
- Identifikasi terjadi bila individu mengambil perilaku yang berasal dari orang atau kelompok lain karena perilaku itu berkaitan dengan hubungan yang mendefinisikan diri secara memuaskan (*satisfying self-defining relationship*)

dengan orang atau kelompok itu. Dimensi etos yang paling relevan dengan identifikasi ialah atraksi (*attractiveness*) daya tarik komunikator.

- Ketundukkan (*compliance*) terjadi bila individu menerima pengaruh dari orang atau kelompok lain karena ia berharap memperoleh reaksi yang menyenangkan dari orang atau kelompok tersebut. Dimensi etos yang berkaitan dengan ketundukkan adalah kekuasaan.

KREDIBILITAS

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung dua hal: **(satu) kredibilitas** adalah persepsi komunikasi; jadi tidak inheren dalam diri komunikator; **(dua) kredibilitas** berkenaan dengan sifat-sifat komunikator yang selanjutnya disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas. Kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikasi), topik yang dibahas adalah situasi. Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunikasi tentang komunikator sebelumnya melakukan komunikasinya disebut prior etos (Andersen, 1972: 82).

- **Keahlian** adalah kesan yang dibentuk komunikasi tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Sebaliknya komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman atau bodoh.
- **Kepercayaan** adalah kesan komunikasi tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis, Aristoteles menyebutnya "*good moral character*".

ATRAKSI

Komunikasi juga tertarik kepada komunikator karena adanya beberapa kesamaan antara komunikator dengan komunikasi. Simons menerangkan mengapa komunikator yang dipersepsi memiliki kesamaan dengan komunikasi cenderung berkomunikasi lebih efektif. Pertama, kesamaan mempermudah proses penyandi balikan (decoding), yakni proses menerjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan. Kedua, kesamaan membantu membangun premis yang sama

mempermudah proses deduktif. Ketiga, kesamaan menyebabkan *communicate* tertarik kepada komunikator. Keempat, kesamaan menumbuhkan rasa hormat dan percaya pada komunikator.

KEKUASAAN

Klasifikasi ini kemudian dimodifikasi oleh Reven (1974) dan menghasilkan lima jenis kekuasaan :

- Kekuasaan koersif (*coersif power*). Kekuasaan koersif menunjukkan kemampuan komunikator untuk mendatangkan ganjaran atau memberikan hukuman pada *communicate*. Ganjaran dan hukuman itu dapat bersifat personal (misalnya benci dan kasih sayang) atau impersonal (kenaikan pangkat atau pemecatan).
- Kekuasaan keahlian (*expert power*). Kekuasaan ini berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki komunikator.
- Kekuasaan informasional (*informational power*). Kekuasaan ini berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki oleh komunikator.
- Kekuasaan rujukan (*reference power*). Di sini *communicate* menjadikan komunikator sebagai kerangka rujukan untuk menilai dirinya. Komunikator dikatakan memiliki kekuasaan rujukan bila ia berhasil menanamkan kekaguman pada *communicate* sehingga seluruh perilakunya diteladani.
- Kekuasaan legal (*legitimate power*). Kekuasaan ini berasal dari seperangkat peraturan yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan.

Ethos adalah sumber kepercayaan. Yakni, seorang pembicara harus dapat dipercaya oleh audiencenya. Jika seseorang yang tidak mendapatkan kepercayaan dari audience saat berbicara, maka selain tidak memiliki aspek Logos, orang tersebut juga bukan seseorang yang mampu mengambil kepercayaan pendengar. Hal ini dapat kita lihat berdasarkan kompetensinya yang memadai pada bidang yang ditekuninya, bagaimana latar belakang kualitas dan kuantitas yang dimiliki oleh sang pembicara. Contoh: seorang orator yang mampu menarik perhatian audiencenya sehingga memiliki persepsi yang diinginkan oleh sang orator, maka dia sudah dianggap mampu dan dapat dipercaya karena apa yang dikatakannya benar-benar disimak dan diterima oleh pendengar.

2. PATHOS

Logos adalah kumpulan bukti logis yang digunakan pembicara. Bagi Aristoteles, logos mencakup penerapan beberapa praktik, termasuk penggunaan klaim logis serta bahasa yang jelas.

Aristoteles berargumen bahwa para pendengar menjadi alat pembuktian saat emosinya digugah. Para pendengar punya cara penilaian berbeda, ketika dipengaruhi rasa bahagia, sakit, benci, atau takut. Pathos berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar. Pathos memunculkan bukti emosional yang mampu menggugah naluri serta batin pendengar, sehingga mereka mampu merasakan apa yang dibicarakan sumber (pembicara). Model pertanyaan logos adalah pertanyaan yang berisi bukti logis yang disampaikan oleh pembicara.

Makna pathos berarti bahwa seorang komunikator seyogyanya memiliki kemampuan emosional yang baik dalam mengelola emosi, empati, dan persuasi. Melalui kadar empati dan persuasi tersebut akan terbangun komunikasi yang produktif.

Pathos yang artinya himbauan emosional, atau sesuatu yang berhubungan dengan emosi manusia, karena saat menyampaikan orasi atau topik permasalahan, seringkali hal tersebut bersangkutan dengan perasaan pendengar dan terkadang menimbulkan banyak empati atau bahkan simpati dari pendengar/audience. Pembicara haruslah mampu membawa suasana pendengarnya kedalam topik masalah yang diceritakannya, jika respon yang di harapkan muncul. Maka pembicara berhasil memiliki aspek Pathos di dalam dirinya. Hal ini ditunjang pula oleh ketatabahasa dan gaya bicara yang dimilikinya.

Contoh : seorang orator yang menyampaikan aspirasi terhadap pemerintahan di hadapan pendengarnya, orator tersebut menyampaikan kesedihan dan keprihatinan terhadap warga miskin yang semakin terpuruk, jika audience menimbulkan respon simpati saat mendengar cerita tersebut, maka orator berhasil memiliki aspek Logos dalam dirinya sebagai pembicara,

3. LOGOS

Kata logos berasal dari bahasa Yunani yang berarti sabda atau buah pikiran yang diungkapkan dalam perkataan, pertimbangan nalar atau arti. Dilansir dari jurnal Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika (2021) oleh Irene Hasian dan Irsya Putri, logos harus didasarkan pada argumen dan bukti rasional, sesuai wacana yang akan disampaikan dalam sebuah pesan. Logos adalah kumpulan bukti logis yang digunakan pembicara. Bagi Aristoteles, logos mencakup penerapan beberapa praktik, termasuk penggunaan klaim logis serta bahasa yang jelas.

Logos memiliki arti Logis. Yang dapat di buktikan berdasarkan materi pembicaraan seorang orator yang memang bersungguh-sungguh, masuk akal, dapat diikuti dan bersifat nyata atau bukan khayalan belaka.

Contoh : saat seorang orator berbicara di hadapan audience, maka yang dibicarakannya haruslah hal yang memadai kenyataannya dan masuk akal. Seperti seorang orator yang memberikan pembahasan mengenai melemahnya harga rupiah di mata dunia. Bukannya pembahasan mengenai ‘misalnya’.. ‘andaikan’ dan ‘coba bayangkan’.

Uraian tersebut adalah landasan utama seorang bagi seseorang untuk dapat berbicara di depan audience, agar apa yang dikatakannya tidak sekedar menjadi angin lalu. Melaikan seorang pembicara haruslah mampu menanamkan pemikiran-pemikiran baru terhadap audiencenya, setelah memiliki ketiga aspek penting tersebut yakni Ethos, Pathos dan Logos maka seorang pembicara barulah mampu dikatakan expert atau ahli dalam bidang aspirasi dan penyampaian pendapat.

Sejak jaman Yunani kuno ketiga aspek tersebut sudah di tanamkan secara mendalam hingga masa kini, hal inilah yang menjadi landasan utama dari tolak ukur seorang pembicara. Sudah banyak lahir pembicara dunia yang pandai dan mendalami soal ketiga aspek Ethos, Pathos, Logos ini. Bukan hanya seorang pembicara yang harus menguasai ketiga aspek tersebut, melainkan seorang Ahli komunikasi semacam Public Relations juga harus mampu untuk dapat menguasai ketiga aspek terpenting tersebut dalam kehidupan perusahaan, hal ini dikarenakan ketiga aspek tersebut saling berkaitan satu sama lain dan secara tidak langsung

menjadi tolak ukur dalam kelugasan dan tolak ukur akan kuantitas, kualitas yang dimiliki oleh seorang pembicara maupun oleh seorang Public Relations.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa makna ethos memberi menggaris bawahi bahwa komunikator harus kredibel, memiliki integritas, dan berkarakter baik. Tidak pernah berbohong. Makna pathos berarti bahwa seorang komunikator seyogyanya memiliki kemampuan emosional yang baik dalam mengelola emosi, empati, dan persuasi. Melalui kadar empati dan persuasi tersebut akan terbangun komunikasi yang produktif. Makna logos artinya seorang komunikator harus logis, apa yang disampaikan masuk akal dan tak bertentangan dengan fakta. Komunikator yang baik, senantiasa berbicara sesuai dengan data fakta yang ada.

Itulah benang merah peran komunikator dalam ranah publik. Kompetensi yang bercirikan ethos berupa karakter dan pembawaan, pathos lebih bercirikan ikatan emosional, dan logos yang memiliki makna logis, masuk akal. Dalam perkembangannya capabilities triangle ini bisa dikembangkan dan diadopsi dalam berbagai bidang manajemen, organisasi publik, termasuk pendidikan.

BAB 2 SOFT SKILL PEMBICARA

Soft skill adalah kemampuan yang dimiliki oleh individu secara alami yang mencakup kecerdasan, baik emosional maupun sosial, komunikasi atau berinteraksi dengan individu lain, dan sebagainya. Dalam hal ini, *soft skill* adalah karakter bawaan individu.

Soft skill bisa saja dipelajari, akan tetapi tidak dengan cara belajar formal layaknya di bangku sekolah atau perkuliahan. Hal itu dapat dipelajari dengan lebih banyak melakukan komunikasi atau berinteraksi dengan individu lain, serta dengan melatih kepekaan sosial. Dengan begitu, individu itu dapat menerapkannya pada perilaku yang nantinya akan berpengaruh pada kemampuan *soft skill*.

Seiring berkembangnya zaman, di samping individu memiliki kemampuan *hard skill*, ia juga dituntut untuk harus memiliki *soft skill*. Hal itu karena dalam suatu organisasi dan lingkungan sosial lainnya, banyak dijumpai kasus kekerasan yang disebabkan ketidakmampuan individu dalam mengendalikan emosi, pikiran, tindakan, juga tuntutan organisasi atau lingkungan sosial yang semakin pelik.

Maka dari itu, kemampuan *soft skill* dinilai sangat penting karena bisa dikatakan seorang individu itu akan terlihat lebih menonjol dan kompeten dibandingkan dengan individu lain. Adapun kemampuan *soft skill* mencakup pada hal-hal sebagai berikut:

1. Kecerdasan Emosi
2. Kepemimpinan
3. Komunikasi
4. Berpikir Kritis
5. Penyelesaian masalah
6. Penyelesaian konflik
7. Manajemen waktu
8. Keterampilan manajemen
9. Bisnis
10. Negosiasi
11. Kerjasama
12. Bekerja di bawah tekanan
13. Mengatasi individu yang sulit

Elfindri, dkk. (2011) mengungkapkan *soft skill* sebagai bentuk keterampilan hidup dalam bermasyarakat, baik itu untuk individu itu sendiri, berkelompok, maupun dengan Sang Pencipta. Dalam hal ini, keterampilan yang dimaksud ialah komunikasi atau interaksi, berbahasa, menata emosional, berkelompok, mempunyai moral dan etika, sikap sopan dan santun, serta keterampilan dalam aspek spiritual.

Yuliani (2012) lebih lanjut mengatakan *soft skill* sebagai bentuk kompetensi perilaku sehingga dikenal pula sebagai keterampilan interpersonal yang meliputi keterampilan komunikasi atau interaksi, negosiasi dan putusan konflik, pemecahan masalah kreatif, pandangan strategis, efektivitas pribadi, membangun tim, keterampilan memengaruhi dan keterampilan ide atau gagasan.

Sementara itu, Lorenz (2009) yang mengartikan *soft skill* sebagai sebuah keterampilan seseorang dalam membangun hubungan bersama orang lain dan juga dengan dirinya sendiri. Berbagai atribut *soft skill* meliputi berbagai hal, seperti nilai yang dianut, motivasi, perilakunya, kebiasaannya, karakter maupun sikap. Menurutnya, atribut yang ada tersebut dimiliki setiap orang namun dengan kadar yang berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Hal ini karena adanya pengaruh kebiasaan berpikir orang tersebut, perkataan yang diucapkan, bagaimana orang tersebut bertindak dan juga menyikapi suatu hal. Namun, atribut-atribut tersebut dapat diubah jika yang bersangkutan memang memiliki keinginan dan tekad untuk mengubahnya dengan cara berlatih untuk membiasakan diri akan hal baru.

Kemampuan *soft skill* memang tak bisa dipelajari bak pendidikan formal di sekolah ataupun perkuliahan, akan tetapi *soft skill* dapat bangun dan berkembang seiring waktu berjalan. Hanya saja, hal itu memang membutuhkan upaya dan keinginan yang kuat dari dalam individu itu sendiri. Namun, jangan khawatir karena di bawah ini akan ada beberapa cara yang dapat kalian ikuti guna meningkatkan *soft skill*, yakni: memperbanyak interaksi, mengatur waktu (*time management*), dan menguasai Emosi

A. Emotional Intelligence

Emotional intelligence adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memahami emosi (baik emosi orang lain maupun emosi diri sendiri) dengan

tujuan meningkatkan kesehatan fisik dan mental. Seseorang dengan emotional intelligence yang baik mampu mengontrol emosi saat marah, peka terhadap perasaan orang lain, dsb.

Biasanya, *Intelligent Quotient (IQ)* dijadikan sebagai tolak ukur kecerdasan dan kesuksesan seseorang. Faktanya, tes IQ saja tidak cukup untuk menggambarkan hal tersebut. Oleh karena itu, para peneliti memperluas definisi kecerdasan untuk memasukkan seperangkat keterampilan yang lebih luas, salah satu hasilnya adalah *emotional intelligence* atau kecerdasan emosional.

Kecerdasan emosi memiliki peran dan pengaruh yang tinggi dalam dunia pekerjaan. Konsep *emotional intelligence* pertama kali diperkenalkan oleh psikolog Peter Salovey dan John Mayer di sebuah artikel pada tahun 1990 yang kemudian populer lewat buku yang ditulis oleh Daniel Goleman *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*.

Emotional intelligence merupakan kemampuan yang cukup diperhitungkan di dunia pekerjaan agar setiap individu di dalam perusahaan dapat memberikan hasil kerja yang berkualitas. Sederhananya, baik atau tidaknya pekerjaan yang Anda lakukan secara tidak langsung dipengaruhi oleh kualitas *emotional intelligence*.

Indikator Kecerdasan Emosional

Dalam bukunya yang berjudul "*Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*" Goleman juga menyebutkan 5 indikator kecerdasan emosional, yaitu:

1. **Self-awareness:** Menyadari perasaan atau keadaan yang sedang orang lain rasakan dan pengaruhnya terhadap orang lain.
2. **Self-regulation:** Menggunakan kemampuan emosional untuk mengatur emosi yang akan memunculkan reaksi atau perilaku tertentu.
3. **Internal motivation:** Mengambil keputusan sebagai bentuk optimisme, rasa penasaran, dan keinginan untuk mencapai sesuatu.
4. **Empathy:** Memahami emosi orang lain dan menggunakan kemampuan ini untuk merespon orang lain berdasarkan tingkat emosional.
5. **Social skills:** Menerapkan kemampuan emosional untuk membangun hubungan sosial yang kuat dengan sekitar.

Perlu Anda ketahui bahwa setiap orang mempunyai kemampuan emosional yang berbeda. Beberapa orang mempunyai *emotional intelligence* cukup baik, sementara ada yang menghadapi kesulitan untuk membangun *emotional intelligence* yang dengan seimbang. Bahkan, sebuah penelitian mengemukakan bahwa, jika dibandingkan dengan kemampuan akademik *emotional intelligence* yang tinggi akan lebih berdampak pada ketahanan kesehatan fisik dan mental serta dapat memengaruhi kesuksesan di dunia pekerjaan.

Peran Kecerdasan Emosional dalam Dunia Pekerjaan

Emotional intelligence penting untuk dimiliki setiap karyawan agar visi misi perusahaan dapat tercapai dengan baik. Peran kecerdasan emosional dalam dunia pekerjaan adalah sebagai berikut:

1. Membentuk tim yang kolaboratif. Kolaborasi mendukung produktivitas di tempat kerja. Ini lebih mudah dilakukan jika anggota tim saling berempati, saling percaya, dan memahami emosi satu sama lain. Anggota tim yang cerdas emosional akan terbuka dan jujur dalam hubungan interpersonal. Mereka akan lebih terbuka untuk meminta bantuan, mengakui kesalahan, berbagi kesulitan, dan menerima perbedaan perspektif yang unik dari masing-masing individu. Dari sini, pengambilan keputusan, penyelesaian tugas, koordinasi, dan kerja sama tim dapat dilakukan secara efisien.
2. Karyawan yang inovatif. Dinamika kerja yang berubah dengan cepat menuntut siapa saja untuk mampu beradaptasi dan menghadapi perubahan tak terduga. Karyawan yang cerdas secara emosional memungkinkan mereka memiliki fleksibilitas yang tinggi dan mampu beradaptasi dengan baik. Ketika menghadapi perubahan, mereka akan bersikap proaktif daripada reaktif. Karyawan yang cerdas emosional berani mengambil risiko, tidak takut melakukan kesalahan, dan mampu mengenali solusi kreatif (inovatif).
3. Tidak rentan terkena stres. American Psychological Association menjelaskan, **65%** pekerja mengaku pekerjaan adalah sumber stres utama mereka. Hal ini disebabkan karena beban kerja yang berat, jam kerja yang panjang, serta lingkungan kerja yang tidak sehat. Untuk itu, selain kecerdasan intelektual, karyawan juga harus memiliki kecerdasan emosional. Goleman menjelaskan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan lebih seseorang dalam memotivasi diri, ketahanan menghadapi kegagalan, mengendalikan emosi, dan mengatur keadaan jiwa. Kecerdasan emosional membantu seseorang untuk bisa mengatur keadaan jiwa dan menghadapi tekanan kerja. Setiap perusahaan pasti ingin karyawannya untuk bisa memberikan kinerja yang baik, memiliki motivasi diri yang tinggi, empati, dan inisiatif. Hal-hal tersebut merupakan keterampilan kecerdasan emosional. Kabar baiknya, kecerdasan emosional adalah keterampilan yang bisa dilatih.

4. Komunikasi dan interaksi yang semakin efektif. Kecerdasan emosional memungkinkan seseorang untuk mengontrol dan mengekspresikan emosi mereka dengan baik, serta memahami dan menanggapi emosi orang lain. Hal ini akan sangat membantu karyawan untuk berkomunikasi secara efektif dengan rekan kerja mereka.
5. Pengambilan keputusan yang lebih baik. Seseorang dengan kecerdasan emosi yang baik akan cenderung membuat keputusan yang rasional dan obyektif. Pasalnya, mereka akan berpikir dengan lebih hati-hati dan baru mengambil keputusan di saat kondisi emosi sudah stabil.

Tanda Rendahnya Kecerdasan Emosional di Dunia Kerja

1. Tidak mampu mengendalikan emosi saat berinteraksi dengan rekan kerja atau pelanggan. Contohnya seorang karyawan yang marah pada pelanggan dan mengeluarkan kata-kata kasar saat pelanggan mengeluh karena merasa tidak puas dengan produk yang mereka dapatkan.
2. Sulit dalam mengambil keputusan yang baik karena dipengaruhi oleh perasaan negatif. Contoh, ada seorang manajer yang menolak proposal baru dari rekan kerja karena dia merasa cemas apakah proposal tersebut dibuat secara objektif, atau terlalu takut dengan perubahan yang akan terjadi di masa mendatang.
3. Mudah marah atau frustrasi saat menghadapi masalah di tempat kerja. Contohnya ketika penjualan tidak mencapai target, seorang manajer tim sales langsung memarahi semua timnya hanya untuk meluapkan rasa marah di saat yang sama.
4. Kesusahan untuk bekerja sama dengan rekan kerja karena tidak mampu mengelola perasaan. Jika ada karyawan Anda yang selalu menolak untuk bekerja sama dengan tim karena sebuah alasan personal, artinya ia memiliki PR untuk meningkatkan *emotional intelligence*.
5. Menyalahkan orang lain atau situasi saat terjadi masalah di tempat kerja. Misal, Anda sedang mengerjakan sebuah proyek A bersama team, kemudian proyek tersebut gagal. Dalam hal ini, langkah lebih baik jika Anda fokus terhadap solusi, bukan terus-terusan menyalahkan orang lain.

6. Sulit dalam mengejar target karena mudah merasa putus asa atau tidak percaya diri. Contoh, ada seorang sales yang mudah merasa tidak percaya diri saat mencoba untuk menjual produk baru, sehingga dia tidak dapat mencapai target penjualannya.
7. Mudah merasa cemas atau stres saat menghadapi situasi yang tidak familiar. Misal, seorang karyawan yang merasa cemas saat ditugaskan untuk mengikuti training baru, dia takut tidak bisa mengikuti training tersebut dengan baik sehingga menolak untuk ikut pelatihan.
8. Enggan menerima kritik atau masukan dari rekan kerja atau atasan. Contoh dari situasi ini adalah seorang karyawan yang merasa marah dan tidak puas saat atasannya memberikan masukan untuk meningkatkan kinerjanya.
9. Sering merasa tidak puas atau tidak bahagia dengan pekerjaan yang dilakukan. Misal, ada seorang sales yang merasa tidak puas dengan gajinya, sehingga dia sering berleha-leha dan menunda pekerjaan.
10. Sulit dalam mengejar karier yang diinginkan karena tidak mampu mengelola emosi dengan baik. Artinya, jika Anda terlalu mudah marah ketika berinteraksi dengan atasan dan rekan kerja, tentu hal ini akan membuat *performance* Anda rendah sehingga sulit untuk naik jabatan.

Cara Meningkatkan Kecerdasan Emosional Karyawan

Berikut merupakan beberapa cara untuk meningkatkan level kecerdasan emosional karyawan:

1. Pelatihan *online* dengan gamifikasi. Empati dan motivasi adalah indikator dalam kecerdasan emosional. Untuk meningkatkan rasa empati dan motivasi karyawan, Anda dapat mendesain sebuah pelatihan dengan *games* yang dilakukan secara berkelompok. Berikan studi kasus atau masalah yang harus diselesaikan bersama. Dengan ini, karyawan akan belajar untuk membagi tanggung jawab, mengatasi konflik, berdiskusi, dan memahami perspektif orang lain. Permainan berkelompok ini bisa meningkatkan empati dan juga keterampilan sosial. Selain itu, permainan juga bisa meningkatkan motivasi seseorang untuk memenangkan kompetisi. Gamifikasi dalam pelatihan membuat 84% peserta terlibat dan lebih aktif.
2. Mengembangkan teknik manajemen stres. Karyawan dengan tingkat kecerdasan emosional yang baik mampu mengatasi stres dan emosi negatif lainnya. Mengembangkan teknik manajemen stres dapat meningkatkan kemampuan menangani emosi negatif.
3. Menggunakan diagram alir atau skenario percabangan. Skenario percabangan adalah narasi terbuka yang memungkinkan seseorang untuk membuat pilihan sendiri dan setiap pilihan akan mempengaruhi narasi dan hasil. Ini merupakan taktik yang biasa dilakukan oleh profesional *e-learning* untuk melatih pengaturan diri yang di dalamnya termasuk pengenalan dan pengelolaan emosi, pengendalian impuls, memotivasi diri, dan pengambilan keputusan.
4. *Mood journaling*. Untuk membantu karyawan belajar mengenali emosi pribadi, Anda bisa mendorong karyawan untuk menuliskan emosinya dalam sebuah jurnal. Jurnal ini berisi nama emosi, penyebab emosi, reaksi dari emosi yang dirasakan, kesesuaian nama, penyebab dan reaksi, apakah emosi yang muncul perlu solusi atau masih bisa ditoleransi, dan lainnya. Mood journaling ini membantu karyawan untuk mengenali, memberi nama, mengekspresikan, dan menyalurkan emosi. Lakukan juga *progress tracking* untuk mengetahui progress karyawan dalam pengenalan emosi.

5. Memunculkan rasa ingin tahu yang besar. Mengasah kecerdasan emosional bisa dilakukan dengan cara yang sederhana. Anda bisa memulainya dengan memunculkan rasa penasaran dan ingin tahu terhadap suatu hal. Biasanya dimulai dengan mengajukan pertanyaan 'mengapa' atau 'why'?
6. Mempelajari kemampuan diri terhadap waktu. Belajarlah untuk menunggu satu menit (atau satu jam, atau satu hari) sebelum bertindak. Pasalnya, memberikan jeda pada diri memudahkan Anda dalam mengambil keputusan secara netral. Orang yang cerdas secara emosional belajar untuk menghargai bahwa tindakan yang lebih lambat memberi ruang untuk pemikiran strategis, dan itu membuat reaksi emosional yang dianggap tidak tepat menjadi tidak terlalu berbahaya.
7. Belajar untuk berhenti ketika sudah waktunya untuk berhenti. Seseorang dengan kecerdasan emosional akan mampu menyadari waktu. Kapan Anda harus bergerak dan kapan harus berhenti.
8. Melatih kemampuan berbahasa. Anda memiliki kebiasaan yang bahkan tidak Anda sadari, terutama kebiasaan berbahasa. Orang yang cerdas secara emosional menyadari hal tersebut. Kemampuan berbahasa ini berguna dalam menyampaikan pendapat atau ketika merespons sebuah pernyataan. Orang dengan kemampuan berbahasa yang baik akan memilih ucapan dan memikirkannya terlebih dahulu sebelum disampaikan.
9. Belajar mencari kebenaran yang sulit. Pembicara yang cerdas secara emosional mungkin menempatkan dirinya sesuai situasi dan kondisi serta memikirkan beberapa reaksi emosional yang mungkin muncul dalam tanggapan mereka.
10. Belajar membedah motivasi seseorang. Cukup sering, Anda belajar menemukan teori kerja. Anda mungkin mengajukan lebih banyak pertanyaan untuk memperjelas, namun seringkali Anda tidak akan membagikan kesimpulan Anda. Namun yang sering terlupa adalah mengetahui motivasi seseorang. Seringkali seseorang enggan untuk mengetahui kenyataan pahit dari sebuah keputusan. Mereka memilih menghindar dan enggan mengetahuinya. Namun bagi orang dengan kecerdasan emosional, mereka lebih baik mengetahui dibandingkan tidak tahu sama sekali.

11. Belajar berpikir tentang struktur percakapan. Orang sering melakukan percakapan tanpa tujuan yang jelas, atau struktur yang jelas. Seseorang terprogram untuk merespons dengan lebih baik, dan mengingat berbagai hal dengan lebih mudah, jika dikelompokkan menjadi tiga. Jadi, sedapat mungkin, orang yang cerdas secara emosional mencoba membuat tiga poin sekaligus. Inilah sebabnya mengapa mendiang Steve Jobs mengorganisir hampir setiap peluncuran produk (Macintosh asli, iPod, iPhone, dll.) dengan struktur tiga titik. Dalam hal ini Anda diajak untuk melatih sesuatu hal dan mengelompokkannya dalam tiga bagian, misalnya pembukaan, isi, dan penutup.
12. Belajar menempatkan diri. Obrolan menjadi bagian dari keseharian. Orang dengan kecerdasan emosional yang baik akan bisa menempatkan diri dalam percakapan. Mereka akan bisa menggunakan vokal atau intonasi tinggi-rendah ketika mengobrol dengan lawan bicara. Latihlah dengan gaya berbicara seperti ketika mengucapkan kalimat deklaratif dengan nada memberi saran, namun sebenarnya Anda sedang melontarkan sebuah pertanyaan.
13. Belajar bersyukur. Jika pada poin pertama Anda diajak untuk melatih rasa penasaran terhadap suatu hal, maka terakhir Anda belajar untuk bersyukur. Orang yang cerdas secara emosional akan berusaha keras untuk menemukan sesuatu yang dapat mereka syukuri.

Ciri-ciri pembicara dengan kecerdasan emosi yang baik:

1. Kontrol diri.

Kontrol diri adalah serangkaian proses yang dapat membentuk psikologi, fisik, dan pola perilaku pada individu sehingga dapat menentukan perilaku yang keluar berdasarkan standar tertentu, seperti moral, aturan masyarakat, dan nilai yang dianut oleh masyarakat agar dapat mengarah ke perilaku yang positif.

Kontrol diri menjadi penting untuk dimiliki, khususnya ketika berinteraksi dengan orang lain atau berada di lingkungan dan budaya baru. Tidak memiliki kontrol diri dapat mengakibatkan seseorang untuk sulit dalam mengendalikan emosinya. Biasanya, orang tersebut cenderung untuk cepat marah, memberontak, gampang terpengaruh dengan lingkungannya, sehingga

mereka dapat menciptakan masalah dengan sekitarnya. Lebih parahnya lagi, dapat mengakibatkan individu berperilaku kriminal.

2. Self Awareness

Self awareness adalah kemampuan seseorang untuk mengenal dan mengerti atas emosi yang dirasakannya. Mereka yang memiliki kemampuan *self awareness* dapat mengetahui dampak atau efek dari tindakan, emosi, atau *mood* yang akan dikeluarkan terhadap orang lain. *Self awareness* sangat penting dimiliki agar seseorang dengan mudah mengenali emosinya, sehingga dapat mengeluarkan perilaku yang tepat pada lingkungannya.

Individu yang memiliki *self-awareness* yang baik akan mampu mengenal kelebihan serta kemampuan dirinya. Mereka akan lebih percaya diri dalam mengelola potensi yang dimiliki dan menyuarakan pandangan atau keyakinannya, sehingga mereka dapat tegas membuat keputusan yang tepat walaupun dalam tekanan atau keadaan yang tidak pasti.

3. Empati

Empati adalah perasaan ketika individu dapat mengerti, merasakan, dan membayangkan apa yang orang lain rasakan. Perasaan ini sangat penting untuk membangun kepercayaan yang erat dengan orang lain. Adapun **ciri-ciri manusia yang memiliki empati** yaitu:

- Menjadi pendengar yang baik
- Memahami perasaan orang lain
- Selalu mengusahakan untuk membantu orang lain
- Memiliki kepedulian terhadap orang lain
- Suka merasa lelah dengan situasi sosial yang ada

Tingkat perasaan empati dapat berbeda pada masing-masing individu dan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya pola asuh orang tua dan pengalaman masa lalu.

Mempunyai perasaan empati ternyata memiliki banyak manfaat, misalnya dapat membantu individu untuk tetap tertib pada peraturan sosial, membangun hubungan sosial yang erat, melatih perilaku saling menolong antar individu, meningkatkan kesehatan fisik dan mental.

4. Mengenal Batas Kemampuan Diri

Dapat mengetahui batas kemampuan dan keunggulan pada diri mereka merupakan ciri bahwa seseorang yang memiliki kecerdasan emosional. Mereka tahu batasan dalam bertindak sehingga mereka tidak bertindak seolah-olah tahu segalanya.

Orang yang mengenal kemampuannya akan memanfaatkan kelebihanannya dengan baik sehingga mereka dapat menghasilkan hal yang positif. Begitupun dengan kekurangan, orang yang memiliki kecerdasan emosional akan dapat mengakui kekurangannya. Mereka tidak akan malu mengakui kekurangannya, karena dari sanalah mereka dapat membuka pikiran menjadi luas dan mendapatkan banyak pelajaran.

5. Tidak Menyimpan Dendam

Orang yang memiliki kecerdasan emosional adalah orang yang tidak menyimpan amarah atau dendam dalam hatinya. Dendam atau amarah biasanya adalah respon stres dari suatu pengalaman masa lalu, cara pandang individu, lingkungan masa kecil dan kejadian masa yang membuat tubuh mengeluarkan mode *fight or flight*.

Mode *fight or flight* adalah suatu respon yang dikeluarkan tubuh ketika tubuh mendeteksi suatu ancaman pada suatu kejadian yang membuat individu memilih untuk melawan (*fight*) atau *flight* (kabur/mode pertahanan diri).

Dampak dari seringnya menyimpan amarah atau dendam yaitu individu akan lebih rentan mengalami peningkatan tekanan darah, penyakit jantung, depresi, hingga mengalami kecemasan yang berlebihan.

6. Motivasi yang tinggi

Orang dengan *Emotional Intelligence* yang tinggi biasanya memiliki motivasi yang tinggi. Bersedia menunda hasil cepat demi kesuksesan jangka panjang. Mereka **produktif dan aktif, menyukai tantangan**, dan **sangat melakukan apapun secara efektif**.

Selain itu, mereka juga menjadi pemaaf dan mudah mengatasi perasaan dendam kepada seseorang yang berbuat salah kepada mereka. Hal ini tentunya dapat memproduksi emosi yang lebih positif

B. Managing People

Proses melatih, memotivasi, dan mengarahkan *audience* untuk dapat mengoptimalkan perhatian pada pembicara. Melihat banyaknya keterampilan yang dibutuhkan dalam proses *people management*, maka perlu diperhatikan cara-cara berikut ini:

1. Fokus dalam Satu Keterampilan Terlebih Dahulu. Seperti diketahui, ada banyak keterampilan yang dibutuhkan dalam proses *people management*, di mana semua ini tidak bisa dikuasai secara sekaligus. Karena itu, fokuslah pada satu keterampilan terlebih dulu. Jika telah dikuasai dengan baik, Anda dapat berlanjut untuk mengasah keterampilan lainnya. Umumnya, ketika berhasil menguasai satu keterampilan, akan lebih mudah bagi Anda untuk mempelajari keterampilan lainnya.
2. Belajar dari Ahli. Jika merasa membutuhkan saran atau bantuan, Anda bisa meminta saran orang lain atau mencari seseorang yang memang ahli di bidang ini untuk dapat memahami dan menguasai keterampilan dengan lebih cepat, tepat, dan maksimal.
3. Dengarkan Umpan Balik dari Audience . Anda pun bisa meminta umpan balik dari karyawan mengenai performa Anda dalam menangani tim. Sebab, bagaimana pun, karyawan adalah pihak yang berkaitan dengan kinerja Anda.
4. Pesan yang disusun dalam Public Speaking, nantinya akan digunakan kepada khalayak (*audience*) yang menjadi peserta suatu kegiatan. Maka, idealnya penyusunan pesan tersebut dilakukan berdasarkan sudut pandang mereka.

Analisis khalayak perlu dilakukan untuk meyakinkan bahwa pesan (materi) tersebut sesuai dengan kebutuhan khalayak (*audience*), mencakup tingkat pendidikan, pengetahuan, sikap, perilaku dan kepercayaan mereka mengenai isu (materi) yang dikembangkan.

Mengapa perlu mengelola khalayak dalam *public speaking*? Karena dengan mempelajari tentang khalayak dapat membantu pembicara mengetahui kebutuhan akan informasi tentang *audience* atau khalayak. Jika mempelajari khalayak diabaikan maka bisa saja tujuan *public speaking* tidak tercapai atau

bahkan efektivitas dari *public speaking* yang dilakukan menjadi sangat rendah. Hal ini bisa terjadi dikarenakan perencanaan komunikasi yang tidak berorientasi pada khalayak, sehingga apa yang dikomunikasikan bukan yang dibutuhkan khalayak, atau bahasa yang digunakan tidak dapat diterima khalayak

C. Critical Thinking

Critical Thinking sering bermakna sebagai kemampuan kognitif menalar, memahami dan menentukan pilihan, menyusun, mengungkapkan, menganalisis, hingga menyelesaikan masalah. Kemampuan ini merupakan aktivitas mentransfer informasi baik tulisan maupun lisan. *Critical thinking* juga merupakan proses berpikir yang melibatkan pikiran rasional serta melakukan serangkaian tahapan yang objektif untuk mengukur atau menilai sesuatu.

Critical thinking juga berguna untuk mengekspresikan ide-ide. Pemikiran kritis memiliki peran penting dalam menilai manfaat ide-ide baru, memilih ide-ide yang terbaik, dan memodifikasinya jika perlu, sehingga bermanfaat di dalam melakukan pekerjaan-pekerjaan yang memerlukan kreativitas.

Menurut Ennis (Kuswana, 2013: 21) critical thinking terbagi menjadi dua disposisi, yaitu:

1. menjadi perhatian bagi setiap individu untuk dapat melakukan sesuatu dengan benar berdasarkan dengan kejujuran, kejelasan, relevan, dan masuk akal
2. bergantung pada proses penilaian dengan menerapkan kriteria untuk menilai jawaban yang dimiliki, dalam hal ini penyampaian atau penyajian dapat dilakukan secara proses implisit maupun eksplisit.

Critical thinking sejenis keterampilan berpikir tingkat tinggi di mana individu menunjukkan kemampuan mereka untuk secara ilmiah dan penuh pertimbangan mengevaluasi suatu fenomena dari pandangan yang berbeda dalam konteks yang berbeda untuk membuat keputusan akhir yang efektif. Kemampuan ini membutuhkan orang untuk memiliki berbagai keterampilan seperti pertanyaan, pertanyaan, evaluasi, dan pengambilan keputusan (Nhat, 2018: 431).

Fisher (2007: 3) mengemukakan definisi critical thinking, yaitu:

1. mampu berpikir secara menyeluruh tentang masalah yang berada dalam jangkauan pengalaman setiap individu
2. menjadi sebuah pengetahuan tentang metode investigasi dalam melakukan *problem solving*. *Critical thinking* menuntut upaya keras untuk memeriksa setiap keyakinan atau pengetahuan asertif berdasarkan bukti pendukungnya dan kesimpulan-kesimpulan lanjutan yang diakibatkannya.

Berpikir kritis sebagai seni dalam menganalisis dan mengevaluasi pemikiran dengan pandangan untuk meningkatkannya, berpikir kritis sebagai pengarah diri, disiplin diri, pemantauan diri, dan koreksi diri (Hooks, 2010: 9). Menurut Gambriel & Gibbs (2009: 4) *critical thinking* meliputi kejelasan, keakuratan, relevansi, dan kelengkapan. Dalam meningkatkan *critical thinking* dibutuhkan kemampuan untuk mengevaluasi bukti, mempertimbangkan alternatif sudut pandang, dan berpikir secara adil dalam menyampaikan pendapat yang berbeda secara tepat.

Menurut Gorman (1974: 222) salah satu cara untuk meningkatkan kecakapan *critical thinking* yaitu dengan membuat sebuah pertanyaan yang kritis dan mempertimbangkan yang logis, pertanyaan yang dibuat pembicara untuk mengukur kecakapan *critical thinking*.

Berpikir kritis tidak sama dengan kecerdasan, itu adalah keterampilan yang dapat ditingkatkan dalam semua orang. Pemikir kritis yang dibina dengan baik merumuskan pertanyaan-pertanyaan penyelidikan yang penting dan tepat, menafsirkan informasi berdasarkan kriteria yang relevan; berpikir terbuka secara terbuka dalam sistem pemikiran alternatif; dan mengkomunikasikan solusi untuk masalah yang rumit (Moore, 2015: 378).

Menurut Bowell & Kemp (2002:6) dalam berpikir kritis ketika seseorang mengemukakan argumen atau pendapat maka ada tiga aspek yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah yang sedang dibahas.
2. Merekonstruksi argumen sehingga dapat mengungkapkannya secara jelas dengan menunjukkan langkah-langkah dan bentuk argumen dengan penalaran.

3. Mengevaluasi argumen yang sudah rekonstruksi dengan menanyakan apa yang baik dan apa yang buruk dari argumen yang diungkapkan.

Kecakapan critical thinking menurut Ennis & Paul (Gambrill & Gibbs, 2009: 15) yaitu:

1. menjelaskan permasalahan-permasalahan,
2. mengidentifikasi persamaan dan perbedaan secara signifikan,
3. mengenali kontradiksi dan ketidakkonsistenan,
4. menyaring penyamarataan dan menghindari penyederhanaan,
5. menjelaskan isu-isu, kesimpulan dan keyakinan,
6. menganalisis dan mengevaluasi argumen, interpretasi, keyakinan, atau teori,
7. mengidentifikasi asumsi yang tidak disampaikan,
8. menjelaskan dan menganalisis makna dari kata atau frasa,
9. menggunakan kriteria dalam mengevaluasi,
10. menjelaskan nilai-nilai dan standar,
11. mengenali bias,
12. membedakan pertanyaan, data, klaim, atau alasan yang relevan atau tidak,
13. mengevaluasi keakuratan dari informasi yang didapatkan dari berbagai macam sumber,
14. membandingkan situasi,
15. membuat kesimpulan dan prediksi,
16. membandingkan situasi dengan dengan praktik,
17. menemukan dan mengevaluasi keakuratan dari implikasi dan konsekuensi, (
18. mengevaluasi proses penalaran,
19. membuat pertanyaan,
20. membuat hubungan interdisipliner,
21. menganalisis dan mengevaluasi tindakan-tindakan atau aturan-aturan
22. mengevaluasi pendapat, interpretasi atau teori.

Aspek-aspek kecakapan critical thinking menurut Carin & Sund (Devi, 2017: 53) mencakup keterampilan berpikir untuk: mengklasifikasi, membuat asumsi, memprediksi dan berhipotesis, menyimpulkan dan

menginterpretasikan data serta menarik kesimpulan, mengukur, merancang penyelidikan untuk memecahkan suatu masalah, mengamati, mereduksi kesalahan eksperimen, mengevaluasi, dan menganalisis.

Aspek-aspek kecakapan critical thinking menurut Carin & Sund (Devi, 2017: 53) mencakup keterampilan berpikir untuk: mengklasifikasi, membuat asumsi, memprediksi dan berhipotesis, menyimpulkan dan menginterpretasikan data serta menarik kesimpulan, mengukur, merancang penyelidikan untuk memecahkan suatu masalah

Mereka yang berpikir kritis selalu mempertanyakan informasi yang diterimanya, seperti mengajukan pertanyaan ‘Apakah informasi ini berdasarkan benar atau firasat?’, ‘Dari mana sumber informasi?’, ‘Bagaimana kamu bisa tahu?’, dan lain sebagainya.

Dengan berpikir kritis, seseorang akan menyaring informasi secara rasional, bebas dari bias, dan mencoba memahami kelogisan antara ide-ide. Memiliki kemampuan ini dapat membantu kamu selamat dari berita bohong.

Skills yang Dibutuhkan dalam *Critical Thinking*

Kunci emas dari berpikir kritis adalah bersifat objektif, yaitu sikap dimana kamu tidak boleh membiarkan emosi, asumsi pribadi dan bias mempengaruhi pola pikir. Di samping itu, terdapat deretan kemampuan yang diperlukan dalam membangun kebiasaan berpikir kritis, yaitu:

1. Berargumen berdasarkan alasan logis dan sistematis yang mendukung.
2. Bisa memecahkan masalah.
3. Dapat membuat kesimpulan sesuai fakta.
4. Detail dalam meneliti argumen berbeda yang masih memiliki relevansi dengan masalah.
5. Komunikatif dalam menyampaikan gagasan.
6. Kritis dan berpikir jernih mengenai topik masalah.
7. Mampu menganalisis data dan informasi yang tersedia.
8. Memperhatikan implikasi yang mungkin terkandung pada argumen.
9. Mengetahui kelemahan dan kelebihan pada setiap argumen.
10. Menilai argumen dari lebih dari satu sudut pandang.

Buku:

- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and Communication Reserch Methods*. USA: Sage Publication.
- Bormann, Ernest. 1991. *Retorika : Suatu Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- , 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hendrikus, Doni Wuwur. 1991. *Retorika : Terampil Berpidato, Berdiskusi, Beragumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Retorika Modern : Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- West, Richard dan Lynn H.Turner. 2004. *Introducing Communication Theory and Application. Second Edition*. USA: McGraw Hill.
- Beebe, Steven A. (2017), *Public Speaking Handbook - 6th edition*, Pearson Rental
- Dunar, Hilbram. 2017. *My Public Speaking*. Jakarta: Gramedia.
- Lucas, Stephen (2017), *The Art of Public Speaking 13th Edition*, McGraw Hill
- Zarefsky, David (2005). *Public Speaking Strategies for success*, Pearson USA
- <https://www.publicspeakingmagically.com/pengertian-public-speaking.html>
- <https://www.inc.com/brent-gleeson/20-tips-for-mastering-art-of-public-speaking.html>
- <https://www.entrepreneur.com/slideshow/299610>
- https://www.isbtweb.org/fileadmin/user_upload/successful-public-speaking.pdf (ebook)
- <http://library.um.edu.mo/ebooks/b17773544.pdf> (Ebook)
- <https://2012books.lardbucket.org/pdfs/public-speaking-practice-and-ethics.pdf> (ebook)
- https://www.jef.eu/fileadmin/migrated/content/uploads/Public_speaking_03.pdf
- (ebook) https://s3.amazonaws.com/lumenlearning/success/Master+PDFs/Principles-of-Public-Speaking_1-2-17.pdf (ebook)
- <http://uilis.unsyiah.ac.id/oer/files/original/435f2bc09c366c416e7178386ca43173.pdf>
- (ebook) http://ijlcn.net.com/journals/ijlc/Vol_2_No_4_December_2014/4.pdf (ejournal)
- <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1161521.pdf> (eproceeding)
- <https://www.researchgate.net/publication/317357079> (ejournal)
- https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-45153-4_20 (eproceeding)

7 Pujileksono, Sugeng. Metode penelitian komunikasi kualitatif. (Malang : Kelompok Intrans Publishing. 2015). Hlm 171. 8 McQuail, Dennis. Teori Komunikasi Massa, Edisi 6, Buku 2. (Jakarta: Salemba Humanika. 2011), hlm 217.

