

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Relevan

Penulisan skripsi berjudul “Teknik Retorika dan Pesan Persuasif Pidato Kenegaraan Presiden Joko Widodo dalam Sidang Tahunan MPR 2021” memerlukan adanya penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian yang mengkaji tentang teknik retorika dalam pidato yang pertama oleh Susilowati dari Universitas Bina Sarana Informatika. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui teknik retorika yang terdapat dalam naskah pidato Nadiem Makarim pada Hari Guru Nasional 2019. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan studi deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan teori teknik retorika hasil pikiran Aristoteles sebagai objek formal dalam jurnalnya dan menggunakan pendekatan yang serupa yaitu deskriptif kualitatif. Perbedaannya, selain menggunakan rekaman pidato Nadiem Makarim, Susilowati juga menganalisis melalui objek material dalam bentuk arsip teks pidato dan artikel-artikel terbitan media massa yang berkaitan dengan pidato Nadiem tersebut. Sedangkan penelitian yang akan dibahas kali ini hanya melalui objek material dalam bentuk video pidato.

Penelitian kedua yang menggunakan teori teknik retorika sebagai objek formal kajiannya terdapat dalam jurnal berjudul “Analisis Retorika Basuki Tjahaja Purnama dalam Kampanye Rakyat Pemilihan Kepala

Daerah Khusus Ibukota Jakarta di Rumah Lembang 2017 (Kajian Retorika Aristoteles)” oleh Moch. Ferdy Ardiansyah dari Universitas Negeri Surabaya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan kelima teori hukum retorika hasil pikiran Aristoteles pada kampanye rakyat pemilihan Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta di Rumah Lembang di tahun 2017 yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah, Moch. Ferdy Ardiansyah menggunakan teori teknik retorika hasil pikiran Aristoteles sebagai objek formal dalam jurnalnya dan menggunakan pendekatan yang serupa yaitu deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek material yang digunakan, Moch. Ferdy Ardiansyah menggunakan video kampanye BTP, sementara penelitian ini menggunakan video pidato Presiden Joko Widodo sebagai objek materialnya.

Penelitian ketiga yang digunakan penulis sebagai penelitian relevan adalah penelitian berjudul “Kajian Retorika Pidato Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Muhadjir Effendy dalam Peringatan Hari Pendidikan Nasional 2 Mei 2018” oleh Yenny Wahyuni Zalukhu dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mendeskripsikan Lima Hukum Retorika pada pidato Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Muhadjir Effendy pada Peringatan Hari Pendidikan Nasional 2 Mei 2018. Penelitian tersebut menggunakan metode

deskriptif kualitatif, dengan mendeskripsikan data secara mendalam. Persamaan penelitian Yenny Wahyuni Zalukhu dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan teori lima hukum retorika besutan Aristoteles sebagai objek formal, kemudian dari sisi pendekatan sama-sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan yang diteliti adalah pidato. Sedangkan perbedaannya, dalam penelitian Yenny Wahyuni Zalukhu hanya mengkaji lima hukum retorikanya saja, sementara penelitian ini membahas lima hukum retorika atau teknik retorika besutan Aristoteles dengan isi pesan persuasif di dalam sebuah pidato.

Penulis menggunakan ketiga penelitian di atas sebagai tinjauan pustaka dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka yang dipilih berdasarkan persamaan salah satu variabel yang digunakan, yaitu teknik retorika besutan Aristoteles dan kesamaan objek yaitu pidato. Persamaan lain yang terlihat dalam ketiga penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan video yang berasal dari media *youtube* untuk memperoleh data.

Peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada para penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian tersebut telah menambah wawasan peneliti sekaligus untuk menghindari terjadinya tindakan plagiarisme. Berdasarkan temuan hasil penelitian terdahulu belum ada penelitian yang berjudul “Teknik Retorika dan Pesan Persuasif Pidato Kenegaraan Presiden Joko Widodo dalam Sidang Tahunan MPR 2021”.

Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan sebagai pelengkap penelitian sebelumnya.

B. Landasan Teori

Ada empat hal pokok yang menjadi landasan teori penelitian ini, yaitu retorika, teknik retorika, pidato, dan isi pesan persuasif.

1. Retorika

Retorika dapat diartikan sebagai kesenian untuk berbicara baik (*Kunst, gut zu reden* atau *Ars bene dicendi*), yang dicapai berdasarkan talenta dan keterampilan teknis, untuk proses komunikasi antarmanusia.

Retorika bukan hanya sekedar berbicara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tidak berisi, melainkan kemampuan berbicara secara jelas, singkat, padat, dan mengesankan. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, arti dari retorika sendiri merujuk kepada tempat yang tepat, waktu yang tepat, pemilihan kata-kata yang tepat, menggunakan cara yang lebih efektif, benar dan mengesankan. Singkatnya, orang tersebut harus dapat berbicara dengan jelas, singkat, dan efektif. Jelas berarti agar hal yang disampaikan dapat mudah dimengerti; singkat supaya dapat menghemat waktu dan pertanda kepintaran; dan efektif agar apa yang disampaikan dapat memberi efek kepada pendengar (Hendrikus, 1991:14).

Menurut Keraf (2007: 1), retorika merupakan suatu teknik penggunaan bahasa sebagai seni dengan didasari pengetahuan yang baik. Lebih lanjut, retorika berusaha mempersuasi sikap dan perasaan

seseorang dengan mempergunakan unsur-unsur yang sesuai dengan kaidah keefektifan dan keindahan gaya bahasa, seperti keefektifan struktur kalimat, ketepatan pengungkapan, penampilan sesuai situasi, penggunaan bahasa kias yang serasi, dan lain-lain. Singkatnya, retorika membahas dasar-dasar fundamental guna menyusun wacana yang efektif (Keraf, 2007: 3).

Pendapat beberapa tokoh lain seperti George Kennedy (dalam Douglas Robinson, 2016: 112) yang menyatakan retorika merupakan *“The energy inherent in emotion and thought, transmitted through a system of signs, including language to other to influence their decisions or actions* (suatu energi yang melekat dalam emosi dan pemikiran, dipancarkan melalui sebuah sistem dari tanda-tanda termasuk di dalamnya bahasa yang ditunjukkan pada orang lain untuk mempengaruhi pendapat atau aksi mereka).

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa retorika sebagai seni berbicara untuk menghasilkan berjalannya komunikasi secara baik. Seseorang yang beretorika bukan hanya sekedar dapat berbicara secara lancar saja, melainkan orang tersebut harus mampu berbicara dengan memperhatikan beberapa hal penting seperti pemilihan kata yang tepat, waktu yang tepat, ketepatan pengungkapan, dan lain-lain, dengan tujuan utama retorika yaitu berusaha untuk mempengaruhi sikap, perasaan, pendapat, atau aksi dari pendengar.

2. Teknik Retorika

Menurut Aristoteles dan ahli retorika klasik Plato dan Socrates (dalam Rakhmat, 1996: 6-8), ada lima tahap penyusunan pidato atau terkenal sebagai Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*) sebagai teknik dalam beretorika secara rinci sebagai berikut:

a. *Inventio* (penemuan)

Merupakan tahap pembicara untuk menggali topik dan meneliti khalayak guna mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Dalam tahap ini pembicara juga merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan argumen yang sesuai dengan kebutuhan khalayak. Dalam mempersuasi khalayak, Aristoteles membagi ke dalam tiga cara untuk mempengaruhi manusia, di antaranya:

- 1) Anda harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*)
- 2) Anda harus menyentuh hati khalayak perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang mereka (*pathos*)
- 3) Anda meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang terlihat sebagai bukti. Di sini anda meyakinkan khalayak lewat otaknya (*logos*)

Selain ketiga cara di atas, Aristoteles menyebut dua cara tambahan yang efektif untuk mempengaruhi manusia, yaitu dengan *entinem* dan contoh. *Entinem*, berasal dari bahasa Yunani (“en” = di dalam,

dan “thymos”= pikiran), merupakan sejenis silogisme yang tidak lengkap (karena premis dihilangkan), tidak untuk menghasilkan pembuktian ilmiah, tetapi untuk menimbulkan keyakinan. Berdasarkan *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), silogisme adalah bentuk, cara berpikir, atau menarik simpulan yang terdiri dari premis umum, premis khusus, dan simpulan. Sebagaimana contoh ketika seorang pembicara akan mempengaruhi khalayak untuk mengasihi orang-orang yang sedang menderita, orang tersebut berkata, “Kasihaniilah mereka. *Sebagai manusia, Anda pasti mempunyai perasaan iba kepada orang yang menderita*”. Ucapan yang ditulis miring merupakan entinem, yaitu silogisme yang premis mayornya dihilangkan. Setelah *entinem*, pemberian contoh merupakan cara selanjutnya bagi pembicara untuk mempengaruhi manusia secara efektif menurut Aristoteles.

b. *Dispositio* (penyusunan)

Pidato yang telah tersusun dan terorganisir dengan baik sehingga telah memiliki pembagian menurut kebiasaan berpikir manusia, di antaranya pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. Menurut Aristoteles, pengantar memiliki fungsi untuk menarik perhatian dan menumbuhkan kredibilitas serta menjelaskan tujuan, pernyataan dan argumen merupakan pembahasan yang disampaikan dalam pidato, dan yang terakhir yaitu epilog merupakan penutup dari pidato. Sedangkan Hendrikus (1991: 63) membagi skema

pidato menjadi tiga bagian, yakni pendahuluan, isi pidato (bahan utama), dan penutup.

c. *Elocutio* (gaya)

Merupakan tahap pembicara untuk memilih kata-kata dan bahasa yang digunakan secara tepat untuk “mengemas” pesannya. Menurut Aristoteles, gunakanlah bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima; pilih kata-kata yang jelas dan langsung; sampaikan kalimat yang indah, mulia, hidup, dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak, dan pembicara.

d. *Memoria* (memori)

Merupakan tahap pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikan dengan cara mengatur bahan-bahan pembicaraannya. Menurut Aristoteles, jembatan keledai merupakan cara mudah untuk menguatkan ingatan.

e. *Pronuntitio* (penyampaian)

Merupakan tahap pembicara menyampaikan pesannya secara lisan, dengan tambahan akting yang sangat berperan. Dalam hal ini, olah suara dan gerakan-gerakan anggota badan pembicara harus diperhatikan.

Selain menggunakan lima hukum retorika sebagai teknik dalam beretorika, terdapat teknik-teknik dalam mempersuasi yang dapat digunakan pembicara ketika sedang berpidato. Ehninger, Monroe, dan Gronbeck (dalam Rakhmat, 1996: 98) berpendapat bahwa khalayak

merupakan salah satu hal yang menentukan pemilihan teknik persuasi, sehingga mereka telah merinci teknik-teknik persuasi berdasarkan jenis khalayaknya, di antaranya:

a. Khalayak Tak Sadar

Khalayak ini tidak sadar terhadap adanya masalah ataupun tidak tahu bahwa perlu mengambil keputusan. Terdapat langkah-langkah urutan bermotif (*motivated sequence*), yaitu:

1) Tahap Perhatian

Ketika sedang berbicara, bangkitkan pendengar dengan menyajikan kutipan yang tepat, ilustrasi faktual, disertai dengan fakta dan angka yang mengejutkan. Namun, hal tersebut haruslah dilakukan dengan berhati-hati. Sebab, pendengar tidak menyadari adanya masalah yang pembicara sampaikan. Pembicara harus dapat memosisikan dirinya sebagai orang yang dapat diterima pendengar, dan bukan orang yang berusaha menakut-nakuti dengan hal yang tak berdasar. Tipsnya, jangan sajikan bahan yang terlalu baru ketika Anda sedang meyakinkan pendengar, dan jangan terlalu dramatis, karena hal tersebut hanya membuat pendengar akan meragukan kredibilitas pendengar.

2) Tahap Kebutuhan

Ketika sedang berbicara, sajikanlah sejumlah besar fakta, angka, dan kutipan, guna memperlihatkan pendengar bahwa

memang benar-benar ada masalah. Perhatikan bagaimana masalah tersebut dapat mempengaruhi ketentraman, kebahagiaan, ataupun kesejahteraan pendengar, dan lain sebagainya. Hal tersebut akan membuat pendengar mengerti apa masalah yang pembicara bicarakan.

3) Tahap Pemuasan, Visualisasi, dan Tindakan

Pada tahap ini pembicara mulai mengembangkan bahan dengan pemuasan, visualisasi, dan tindakan. Hal ini untuk memperkenalkan bahan pembicaraan yang lebih faktual, untuk menegaskan masalah, dan ketika membuat ikhtisar akhir, sebutkanlah kembali untuk meyakini pendengar dan mereka akan bertindak.

b. Khalayak Apatis

Khalayak ini sadar atau tahu ada masalah, tetapi mereka acuh atau tidak peduli terhadap masalah tersebut. Jadi, tugas pembicara adalah menyadarkan mereka bahwa yang dibicarakan akan betul-betul mempengaruhi mereka dengan langkah secara bertahap, di antaranya:

1) Tahap Perhatian

Tahap ini dilakukan dengan cara menyentuh mereka terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingannya secara singkat. Hal ini agar dapat menyingkirkan sikap apatis dan ketidakpedulian pendengar. Gunakan ungkapan-ungkapan yang

hidup guna menunjukkan bagaimana kebahagiaan, kesehatan, kesempatan maju, ketenteraman, dan kepentingan-kepentingan lainnya ditentukan secara langsung oleh persoalan yang dibicarakan.

2) Tahap Kebutuhan

Tahap ini dilakukan bila sudah terdapat pertumbuhan perhatian terhadap pembicara. Kemudian, dilanjutkan dengan menunjukkan secara langsung dan dramatis bagaimana masalah yang dibicarakan mempengaruhi setiap orang yang hadir, dengan cara menguraikannya dengan menunjukkan efeknya secara langsung atau segera terhadap mereka, efeknya pada keluarga, sahabat, kepentingan bisnis, atau kelompok sosial profesional mereka, kemungkinan efek masa depan bagi anak-anak mereka. Ketika menunjukkan efek tersebut, gunakanlah bukti-bukti sekuat mungkin, tegaskan fakta dan kondisi yang mengejutkan, dan sebagainya agar mampu mempengaruhi pendengar.

3) Tahap Pemuasan

Tahap ini dilakukan dengan cara menegaskan kembali usulan atau pemecahan masalah yang pembicara tawarkan kepada pendengar, yang berpengaruh terhadap mereka. Tahap ini seperti tahap sebelumnya, yang menunjukkan bahwa sikap apatis dalam masalah yang dibicarakan tidak dibenarkan.

4) Tahap Visualisasi dan Tindakan

Visualisasikan keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh khalayak ketika mereka menerima gagasan pembicara, dan ketika mereka tetap mengacuhkannya. Mintalah khalayak untuk mempelajari masalah yang dibicarakan atau untuk bertindak mengatasinya.

c. Khalayak yang Tertarik tetapi Ragu

Khalayak ini tahu dan sadar adanya masalah dan tahu untuk mengambil keputusan, tetapi mereka masih ragu untuk mengikuti dan mengambil tindakan. Pembicara harus kembali meyakinkan mereka menggunakan tahap-tahap berikut:

1) Tahap Perhatian

Ketika khalayak sudah mulai tertarik dengan permasalahan, maka tahap ini boleh disingkat dengan merujuk langsung kepada pokok persoalan. Boleh sesekali untuk diberi contoh singkat atau cerita singkat. Tetaplah untuk memusatkan perhatian kepada pendengar, dan fokuskan pada hal-hal yang pokok.

2) Tahap Kebutuhan

Tinjau kembali latar belakang adanya masalah, dan sejarahnya secara singkat untuk membantu pendengar memahami situasi secara lebih jelas. Uraikan dengan kata-kata

yang singkat situasi yang ada dan tunjukkan mengapa perlu segera mengambil keputusan. Buatlah kriteria yang harus dipenuhi dalam mengambil keputusan yang tepat.

3) Tahap Pemuasan

Nyatakan usulan, atau tunjukkan secara singkat tindakan yang nantinya harus dilakukan, dan definisikan istilah-istilah yang menimbulkan berbagai penafsiran. Secara spesifik, tunjukkan bagaimana usulan pembicara memenuhi kriteria yang ditunjukkan pada tahap kebutuhan. Lanjutkan dengan menunjukkan apa yang diperoleh bila pendengar menerima usulan pembicara, dan jabarkanlah kelebihan usulan anda dibandingkan dengan alternatif lainnya. Kemudian perkuat usulan anda dengan fakta, angka, testimoni, dan contoh.

4) Tahap Visualisasi

Tahap ini lakukanlah secara singkat, dengan cara menggunakan bahasa yang hidup dan persuasif, tetapi tidak berlebihan. Proyeksikan khalayak untuk menerima gambaran apabila mereka menerima usulan pembicara, dan kerugian besar yang terjadi bila mereka menolak usulannya.

5) Tahap tindakan

Nyatakan dengan bahasa yang kuat dan jelas, anjuran, usulan, atau rencana yang pembicara canangkan. Buat ikhtisar

singkat dari argumen-argumen penting dan imbauan yang dibicarakan pada pembicaraan sebelumnya.

d. Khalayak yang Bermusuhan

Khalayak ini sadar adanya masalah yang harus diatasi. Namun, mereka menentang usulan yang pembicara ajukan. Hal tersebut dapat terjadi akibat mereka takut, atau menyukai alternatif lain dibanding usulan pembicara. Pembicara harus meyakinkan gagasannya dengan cara berikut:

1) Tahap Perhatian

Dekati khalayak dengan menyambungkan “persahabatan” kepada mereka, sehingga mereka mau mendengar. Bahas pokok pembicaraan secara tidak langsung dan berangsur-angsur. Pembicara harus mengalah dari segi tertentu dari pandangan pendengar, tekankan kesamaan-kesamaan dengan menegaskan pokok-pokok yang disepakati, perkecil perbedaan-perbedaan, dan bergerak sedikit-sedikit dari persoalan kecil kemudian merangkak ke persoalan yang lebih kontroversial secara perlahan. Buat pendengar merasa bahwa pembicara memang secara tulus ingin mencapai hasil yang juga pendengar inginkan.

2) Tahap Kebutuhan

Capai kesepakatan pada prinsip-prinsip atau keyakinan-keyakinan, kemudian gunakanlah hal tersebut sebagai kriteria untuk mengukur kebenaran proposisi yang pembicara

kemukakan. Atau kembangkan tahap ini seperti pembicara melakukannya untuk khalayak yang masih ragu.

3) Tahap Visualisasi dan Tindakan

Pada tahap ini, pendengar sudah tertarik dengan persoalan yang pembicara bawakan namun masih dalam kondisi ragu. Maka, tekankan lebih banyak visualisasi, atau keuntungan-keuntungan.

3. Pidato

Menurut Widiantara (2014), pidato adalah pengungkapan pikiran dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada orang banyak. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam berpidato menurut Anindyarini (2008: 132-133) seperti topik pidato, permasalahan yang harus diuraikan dalam berpidato, sebab-sebab timbulnya permasalahan, dan solusi yang diberikan pembicara. Hal tersebut merupakan faktor penting dan perlu diperhatikan dalam menyampaikan pidato, sehingga memberikan pengaruh terhadap keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Menurut Rakhmat (1996: 78), terdapat tiga rukun atau trisila dalam penyampaian pidato, yaitu (1) kontak, (2) olah vokal, dan (3) olah visual.

Menurut Somad dan Indriani (2010: 5) tujuan dari pidato, di antaranya (1) memberikan arahan dan penjelasan di depan khalayak banyak, (2) mempengaruhi orang banyak untuk kepentingan pembicara, (3) memberikan pemahaman dan pengertian atas suatu informasi kepada

khalayak ramai, dan (4) menghibur khalayak ramai sehingga ada kepuasan dalam dari pendengar.

Rakhmat (1996: 17) mengemukakan empat macam pidato, yang terdiri dari *impromptu*, *manuskrip*, *memoriter*, dan *ekstempore*. Rakhmat telah membagi jenis-jenis pidato tersebut menurut ada-tidaknya persiapan dan cara yang dilakukan ketika mempersiapkan pidato.

a. *Impromptu*

Pidato ini dapat dikatakan sebagai pidato yang dilakukan dalam keadaan mendesak. Seperti ketika menghadiri acara-acara tertentu, kemudian kita diminta untuk menyampaikan sebuah pidato.

b. *Manuskrip*

Pidato ini dapat dikatakan sebagai pidato dengan menggunakan naskah. Seseorang yang menyampaikan pidato jenis ini akan membacakan pidatonya melalui naskah dari awal sampai akhir. Pidato ini biasanya dilakukan oleh tokoh-tokoh nasional atau tokoh penting lainnya, sebab kesalahan kata sedikit saja dapat berakibat buruk bagi pembicara tersebut.

c. *Memoriter*

Pidato ini dilakukan oleh seseorang dengan cara menulis pesan pidato yang kemudian diingat kata demi kata. Pidato jenis ini hampir mirip dengan *manuskrip*, di mana seseorang akan dapat mengucapkan ungkapan yang tepat, pemilihan bahasa

yang teliti, organisasi yang berencana, isyarat dan gerak yang dibaurkan dengan uraian.

d. *Ekstempore*

Pidato yang akan disampaikan telah dipersiapkan sebelumnya berupa garis besar dan pokok-pokok bahasan. Namun, pembicara tidak berusaha mengingatnya kata demi kata. Garis besar yang dibuat hanyalah sebagai pedoman untuk mengatur gagasan yang ada dalam pikiran pembicara.

4. Isi Pesan Persuasif

Keraf (2007: 3) berpendapat bahwa retorika memiliki usaha untuk mempersuasi perasaan dan sikap seseorang. Usaha tersebut dapat diwujudkan dengan penggunaan isi pesan pidato yang dapat mempengaruhi khalayak pendengar. Rakhmat (1996: 115-116) menunjukkan “bahan-bahan” yang tepat yang dapat digunakan dalam berpidato untuk mempengaruhi seseorang dengan memperhatikan tujuannya, yaitu (1) menarik perhatian, (2) meyakinkan, dan (3) menyentuh atau menggerakkan.

a. Menarik perhatian

Bahan-bahan pidato yang dapat menarik perhatian (khalayak) menurut Rachmat tertulis dalam tabel.

Hal konkret	Fakta sensasional
<i>Suspense</i>	Peristiwa aktual, mode, dan sebagainya
Konflik	Kata-kata berona dan gaya bahasa
Gerakan yang berkaitan dengan sesuatu yang dikenal	Struktur kalimat yang beragam
Bahan yang baru dan eksotik	Kutipan dan peribahasa yang diterapkan dengan cara baru
Perbandingan	Contoh
Anekdote	Fakta yang mengejutkan
Ramalan	Humor
Yang berhubungan dengan orang, tempat, atau peristiwa lokal	

Adapun prinsip-prinsip yang harus dipertimbangkan dalam memilih bahan-bahan di atas sebagai berikut:

1. Tunjukkan bahwa topik itu berhubungan erat dengan kepentingan khalayak.
2. Hindari satu jenis teknik pengembangan bahasan
3. Gunakan contoh-contoh yang spesifik dan konkret
4. Ceritakan kisah-kisah menarik
5. Organisasikan bahan-bahan di atas atau memberikan makna bahan-bahan tersebut secara orisinal, kreatif, dan informatif.

b. Meyakinkan

Dalam upaya meyakinkan khalayak pendengar, diperlukan bahan-bahan yang memperlihatkan sesuatu yang pasti, yakni dengan disertai bukti. Menurut Rachmat, terdapat empat bukti yang dapat

dimasukkan dalam pidato untuk meyakinkan khalayak, yakni fakta, contoh, statistik, dan testimoni. Kemudian, ia juga membagi teknik penyajian bukti ke dalam empat teknik, yakni induksi, deduksi, (termasuk di dalamnya entinem dan silogisme), hubungan kausal, dan analogi (figuratif atau literal).

c. Menyentuh atau Menggerakkan

Rachmat berpendapat bahwa bahan-bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah yang mempunyai pengaruh psikologis. Bahan-bahan yang menyentuh atau menggerakkan psikologis khalayak dapat disertai dengan daya tarik motif yang terbagi menjadi tiga tahap, yakni tahap analisis, tahap seleksi, dan tahap adaptasi.

1) Tahap analisis

Temukan keinginan, harapan, cita-cita khalayak tertentu

2) Tahap seleksi

Pilihlah bahan-bahan yang sesuai dengan keinginan khalayak

3) Tahap adaptasi

Hubungan usulan pembicara dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan khalayak.

Setelah menggunakan daya tarik motif, pembicara dapat melanjutkan ke tahap penggunaan unsur-unsur emosi sebagai intensifikasi daya tarik motif. Daya tarik motif akan semakin kuat apabila diwarnai dengan unsur-unsur emosi. Emil Dofivat (dalam

Rakhmat, 1996: 106) merinci enam unsur penggerak emosi yang di antaranya:

1) Kebencian

Penggunaan unsur kebencian sudah sejak lama digunakan oleh seseorang ketika melakukan kampanye politik. Kebencian merupakan alat perangsang untuk membangkitkan semangat juang. Berdasarkan pada objek yang dibenci dan kerangka etisnya, kebencian tidak selalu diartikan negatif.

2) Rasa belas

Unsur rasa belas digunakan oleh seseorang ketika memiliki perasaan simpati kepada orang lain yang sedang menderita, dengan menonjolkan penderitaan korban, memunculkan sisi kepahlawanan, dan menggambarkan suasana tidak berdaya.

3) Unsur seks

Unsur seks dapat berada dalam seluruh kegiatan manusia dan memiliki pengaruh yang sangat besar. Dengan menyertakan tata nilai, penggunaan unsur seks dapat menimbulkan rasa benci yang luar biasa yang dapat mempengaruhi orang lain.

4) Hasrat menonjol

Unsur hasrat menonjol menunjukkan bahwa individu atau kelompok tertentu ingin terlihat lebih dibandingkan dengan individu atau kelompok lain. Ungkapan hasrat menonjol

manusia dapat dilihat dari pemujaan pada kelompoknya, pemimpinnya, agamanya, atau keyakinan dalam hidupnya. .

5) Dasar kesusilaan

Unsur ini digunakan oleh seseorang yang memiliki rasa ingin mengabdikan dan rasa ingin berjuang terhadap suatu permasalahan yang nampak.

6) Dorongan penglepasan etis

Individu atau kelompok tertentu pada suatu waktu berpotensi memiliki rasa frustrasi, baik setelah berbuat kesalahan yang berdosa, tekanan ekonomi, diperlakukan tidak adil, dan lain-lain. Pembicara dapat mengambil peran untuk menunjukkan jalan keluar dari permasalahan tersebut, sehingga akan menimbulkan ledakan emosi yang besar. Menurut teori retorika modern, unsur penglepas etis ini dapat disalurkan melalui mekanisme penyesuaian, seperti rasionalisasi (upaya untuk menutupi suasana emosional yang tidak nyaman), kompensasi (upaya untuk mengembangkan respon-respon yang dapat mengurangi ketegangan), proyeksi (upaya untuk mengkambinghitamkan orang lain atau pihak lain agar terlepas dari permasalahan), dan identifikasi (upaya untuk membangun persamaan psikologis dengan orang lain).