

---

---

**KOMPARASI KEMAMPUAN PUBLIC SPEAKING MAHASISWA  
UNSYIAH YANG BERPARTISIPASI DALAM MULTI LEVEL  
MARKETING (MLM) DENGAN MAHASISWA JURUSAN ILMU  
KOMUNIKASI UNSYIAH**

*Comparison of Public Speaking Ability Between Unsyiah Student's Who Participate  
In Multi Level Marketing (MLM) And Communication Student Of Unsyiah*

<sup>1</sup>Dhea Atifa, <sup>2</sup>Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si.

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala

**ABSTRAK** - *Public speaking* saat ini menjadi hal yang wajib dikuasai oleh setiap individu untuk meraih kesuksesan di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan keterampilan berkomunikasi dengan baik (*good communication skills*) termasuk *public speaking*, menjadi kualifikasi utama perusahaan dalam menerima karyawan. Penelitian ini membahas tentang bagaimana komparasi kemampuan *public speaking* para mahasiswa yang akan melanjutkan karirnya pada jenjang yang lebih tinggi, yaitu mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) dengan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, peneliti menganalisis hasil penelitian dengan bantuan teori retorika oleh Aristoteles. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan *public speaking* informan pada penelitian ini yaitu mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) dan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah telah memenuhi kedua asumsi dari teori retorika serta telah memenuhi bukti-bukti dari teori retorika yakni *logos*, *pathos*, dan *ethos*. Mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) mempertimbangkan khalayak mereka serta menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka ketika melakukan *public speaking*. Begitu pula

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

dengan *public speaking* mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah yang secara garis besar telah memenuhi kedua asumsi tersebut, namun dari segi penampilan dan tingkat keseringan melakukan *public speaking*, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM). Adapun cara yang dapat dilakukan untuk terus meningkatkan kemampuan *public speaking* dari para mahasiswa tersebut yaitu harus adanya wadah yang spesifik, mempelajari serta mengaplikasikan teori *public speaking*.

**Kata Kunci:** *Public speaking*, Mahasiswa, Unsyiah, Multi Level Marketing, Ilmu Komunikasi

---

**ABSTRACT** - *Nowadays, Public speaking is an important matter that must be mastered by every individual to achieve success in the future. This is because the skills to communicate well (good communication skills) including public speaking, become the company's main qualification in accepting employees. This study discusses the comparison between the students who have ability of public speaking who will continue their career at a higher level, namely Unsyiah students who participate in Multi Level Marketing (MLM) with students majoring in Communication Study in Unsyiah. Using a descriptive qualitative research approach, researchers analysed the results of research with the help with the help of the theory of rhetoric by Aristotle. The result of the research shows that the public speaking ability of Unsyiah students who participated in Multi Level Marketing (MLM) are effective, because it has fulfilled the two assumptions of rhetorical theory and has fulfilled the evidence in their presentation when doing public speaking. Similarly, the public speaking students majoring in Communication in Unsyiah who outline meets the two assumptions of the theory of rhetoric, but in terms of a appearance and level of public speaking, students majoring in Communication Studies Unsyiah still far behind when it compared to Unsyiah Students who participated in Multi Level Marketing (MLM). The ability of student's public speaking can be improved by providing a specific place, learn and apply the theory of public speaking.*

**Keywords :** *Public Speaking, Students, Multi Level Marketing (MLM),*

*Communication Science*

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)  
Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

## PENDAHULUAN

Kemampuan *public speaking* saat ini menjadi hal yang paling dibutuhkan oleh setiap individu sebagai modal untuk meraih kesuksesan di masa yang akan datang. Banyak yang beranggapan bahwa berbicara tidak perlu di pelajari. Padahal, tidak jarang ditemui orang yang kurang percaya diri dan tidak memiliki keberanian ketika dituntut untuk berbicara di depan publik.

Rasa malu, tangan dan kaki gemetar, suara kecil, kehabisan kata-kata dan ingin cepat berlalu dari hadapan publik menjadi pemandangan umum yang dialami sebagian besar orang saat melakukan *public speaking*. Seperti yang dikatakan Olli (2008:2) bahwa, semua orang mampu berbicara, tetapi tidak semua dapat melakukannya dengan lancar dan menarik di depan umum. Zuhri (2010:5) mengatakan, salah satu hal yang paling kita takutkan dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan sosial adalah ketika kita dituntut untuk berbicara di depan banyak orang.

Permasalahan tersebut tidak hanya di alami oleh anak-anak maupun remaja saja, bahkan mahasiswa serta orang lintas usia dan profesi juga mengalami hal yang serupa. Permasalahan ini biasanya terjadi karena tidak terbiasa berbicara di depan umum, sehingga seringkali kita melihat banyak orang yang masih enggan dan tidak memiliki keberanian ketika diwajibkan berbicara di depan publik.

Untuk bisa menguasai *public speaking* merupakan hal yang tidak mudah. "Orang yang paling bijaksana, hartawan dan berpangkat sekali pun jika tidak dapat mengemukakan butir pemikirannya di hadapan orang banyak niscaya ia kurang mendapat penghargaan yang setimpal dengan kedudukannya tadi" (Hidajat,2006:3).

Pernyataan Hidajat di atas membuktikan bahwa kemampuan berbicara sangat berdampak besar bagi setiap orang, terutama bagi mahasiswa yang tengah aktif mengikuti mata kuliah. Menurut siswoyo (2007:121), mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang

---

menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Sebagai *agent of social change* mahasiswa diharapkan berperan aktif dalam melakukan perubahan sosial ke arah yang lebih baik salah satunya melalui *public speaking*.

Berbeda dengan jurusan lain, sudah seharusnya mahasiswa jurusan ilmu komunikasi menjadi *public speaker* yang handal. Selain didukung oleh materi perkuliahan, banyak pekerjaan sampingan dalam bidang *public speaking* yang membutuhkan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, seperti MC formal maupun informal. Sebab, mahasiswa jurusan ilmu komunikasi tidak hanya dituntut pintar berbicara secara verbal, tetapi juga harus menarik perhatian mulai dari pesan yang disampaikan hingga visualisasi.

Namun, bukan berarti mahasiswa dari jurusan lain tidak mampu melakukan *public speaking* dengan baik. Bahkan beberapa diantara mereka sangat kompeten dan menarik perhatian publik saat berbicara di depan umum, salah satunya yaitu mahasiswa yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) TIENS. Peningkatan kemampuan *public speaking* tersebut didukung dengan pertemuan atau seminar yang rutin dilakukan setiap minggu.

Pada pertemuan mingguan ini, setiap anggota aktif diberi kesempatan untuk berbicara di depan publik. Dari 3.352 anggota yang bergabung dalam grup terbesar di Banda Aceh, mayoritasnya merupakan mahasiswa. Setelah melakukan observasi awal, hasil registrasi menunjukkan bahwa ada 300 member yang aktif pada pertemuan tersebut, dan 144 nya merupakan mahasiswa/i Unsyiah. Pembicara dengan peringkat tertinggi juga didominasi oleh mahasiswa/i Unsyiah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melihat komparasi kemampuan *public speaking* mahasiswa unsyiah yang terlibat dalam multi level marketing (MLM) dengan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi unsyiah.

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

## RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah digunakan untuk pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dijadikan sebagai tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana *public speaking* mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) dan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah?

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Teori Retorika

Penelitian ini menggunakan teori Retorika oleh Aristoteles. Aristoteles (dalam West dan Turner, 2008:6-7) menegaskan bahwa ada dua asumsi utama dari teori retorika, yakni: pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka, dan pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka.

Asumsi yang pertama menggarisbawahi definisi dari: Komunikasi merupakan proses transaksional. “Dalam konteks *public speaking*, Aristoteles menyatakan bahwa hubungan antara pembicara-khalayak harus dipertimbangkan” (West dan Turner, 2008:7). Ia juga menyatakan “Dari tiga elemen dalam penyusunan pidato—pembicara, subjek dan orang yang dituju—yang terakhirlah, para pendengar, yang menentukan akhir dan tujuan dari suatu pidato” (dikutip dalam Roberts, 1984, hal.2159).

Menurut West dan Turner (2008:7) asumsi kedua yang mendasari teori Aristoteles berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Teori retorika dalam tradisi ini melihat komunikasi sebagai seni praktis (LittleJohn, 2002:13). Seni tersebut berkaitan dengan bagaimana masyarakat menciptakan tindakan yang strategis yang melibatkan logika, emosi dan serangkaian metode. Dalam sistemasi retorika Aristoteles, aspek terpenting dalam teori dan dasar pemikiran retorika adalah tiga jenis pendekatan untuk mempersuasi audiens, yakni *logos*, *pathos* dan *ethos*.

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

Kaitan teori ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu kemampuan *public speaking* dilihat dari bagaimana seorang *public speaker* atau pembicara mampu memenuhi syarat dari kedua asumsi yang telah dipaparkan. Jika seorang *public speaker* (mahasiswa jurusan ilmu komunikasi dan mahasiswa yang berpartisipasi dalam multi level marketing) mempertimbangkan khalayak mereka dan menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka, maka seorang *public speaker* tersebut dapat dikatakan pembicara yang efektif, begitu juga dengan asumsi yang kedua. Artinya, pendapat audience (pendengar) sangat menentukan bagaimana perbedaan kemampuan *public speaking* dari mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Unsyiah dengan mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM).

## **2. Kemampuan Public Speaking**

Hidajat (2006:3) mengatakan bahwa kemampuan berbicara di depan umum (*public speaking*) merupakan suatu kebutuhan bagi orang-orang yang sukses atau ingin sukses. Bahkan Larry King dalam Hidajat (2006:3) memaparkan "Jalan menuju sukses, baik sosial maupun profesional, dilalui lewat bicara. Kemampuan berbicara ini memerlukan pengetahuan dan latihan. Retorika sebagai ilmu bicara sebenarnya diperlukan setiap orang bukan hanya orang-orang tertentu.

## **3. Mahasiswa**

Ganda (2004) mengatakan bahwa mahasiswa adalah individu yang belajar dan menekuni disiplin ilmu yang ditempuhnya secara mantap, dimana di dalam menjalani serangkaian kuliah itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan mahasiswa itu sendiri, karena pada kenyataannya diantara mahasiswa ada yang sudah bekerja atau disibukkan oleh kegiatan organisasi kemahasiswaan. Dalam penelitian ini, mahasiswa yang dimaksud, adalah mahasiswa yang dianggap telah memiliki kemampuan dan keterampilan *public speaking*.

---

#### 4. Multi Level Marketing (MLM)

Multi Level Marketing (MLM) merupakan bisnis yang bersifat berkelompok, dengan membentuk jaringan pemasaran secara bertingkat melalui keanggotaan. Biasanya orang yang bergabung dalam sebuah MLM disebut agen atau distributor, yang tugas pokoknya adalah melakukan penjualan dan memperbesar jaringan di bawahnya (Kisata, 2006:3). Definisi MLM secara lengkap dikemukakan oleh Fauzia (2011: 5) adalah bisnis dengan teknik membangun organisasi jaringan distribusi dan pemasaran secara mandiri, dengan memangkas saluran pemasaran barang konsumsi dan barang produksi. Umumnya, untuk mencari *down line*, para anggota MLM melakukan presentasi semenarik mungkin agar target mereka yakin akan bisnis tersebut. Maka dari itu, kemampuan *public speaking* sangat diperlukan oleh setiap anggota MLM.

#### 5. Ilmu Komunikasi

Pakar komunikasi lain, Joseph A Devito mengatakan komunikasi sebagai transaksi. Transaksi yang dimaksudkannya bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain (Suprpto, 2006: 5).

### METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif, karena penelitian ini menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data yang diperoleh saat wawancara. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka (Danim,2002).

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif. Menurut Mahi (2011:44), secara harfiah metode deskriptif adalah metode



---

penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi data dasar. Prosedur pemilihan informan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi partisipan pasif, wawancara, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan pada 9 informan yang terdiri dari 3 orang *public speaker* mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM), 3 orang *public speaker* mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah, dan 3 orang *audience* mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM. Untuk teknik analisis data, peneliti memilih menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman dalam penelitian ini. Model ini terdiri dari tiga langkah kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. (Miles dan Huberman,1992:16-20).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Aristoteles (dalam West dan Turner, 2008:7) terdapat tiga jenis pendekatan dalam beretorika. Aspek pertama adalah aspek logos yang merupakan bukti logis yakni mencakup penggunaan argumen dan bukti dalam sebuah pidato. Pada mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM, aspek logos nya terlihat dari bagaimana mereka mempersiapkan materi dengan menyisipkan bukti dalam bentuk video dan gambar. Contohnya seperti video perjalanan bisnis ke luar negeri yang telah mereka raih. Selain itu, untuk beberapa penggunaan bahasa asing yang sulit dimengerti mereka akan menjelaskan dahulu apa definisinya beserta contoh. Tujuannya agar *audience* dapat melihat bukti dari hasil *output* usaha mereka sehingga akan mendukung kredibilitasnya.

Aspek logos mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah terlihat dari segi penyiapan materi dengan baik. Mereka cenderung memaparkan materi dengan menampilkan bukti dari hasil evaluasi presentasi maupun *pubic*

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

*speaking* mereka sebelumnya. Sebagai contoh ketika memimpin rapat pada sebuah organisasi mereka akan memaparkan kembali hasil evaluasi dari rapat sebelumnya sehingga *audience* akan yakin terhadap materi yang disampaikan.

Yang kedua adalah aspek pathos, yaitu bukti emosional; emosi yang dimunculkan dari para anggota khlayak. Mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM memenuhi aspek pathos melalui *personal touch* atau hubungan personal. Sebelum melakukan *public speaking*, ketiga informan ini juga sangat mempertimbangkan kondisi pendengar, apabila pendengar terlihat tidak semangat, mereka akan melakukan *ice breaking* untuk membangun semangat *audience* sesuai dengan cara mereka masing-masing. Mahasiswa yang berpartisipasi dalam MLM percaya jika *audience* sudah tertawa dan senang, materi apapun yang diberikan akan lebih efektif tersampaikan.

Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah punya cara tersendiri untuk menarik perhatian dan emosi *audience*. Mereka umumnya juga berinteraksi dengan pendengar ketika melakukan *public speaking*. Selain itu, mereka juga mengandalkan properti yang ada untuk menarik perhatian diawal pembicaraan seperti mengeluarkan alat-alat yang berhubungan dengan materi yang disampaikan. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi meyakini bahwa jika ada *feedback* dari *audience* maka mereka sudah berhasil menarik perhatian para pendengar tersebut.

Setelah pathos, yang terakhir adalah ethos. Ethos adalah karakter, intelegensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara. Masing-masing dari informan penelitian memiliki karakter yang berbeda. Menurut mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM, kepribadian seseorang ikut mempengaruhi bagaimana ia melakukan *public speaking*. Ada 4 tipe kepribadian yang dimaksud yaitu *colleris*, *sanguinis*, *melankolis*, dan *plegmatis*. Dari ketiga informan yang merupakan member MLM ini, tidak

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

semua dari mereka didominasi oleh kepribadian yang sama. Rahmat Evendi didominasi oleh tipe kepribadian *colleris*, hasil observasi menunjukkan ketikan Rahmat Evendi melakukan *public speaking* terlihat sekali bahwa ia sangat antusias, semangat dan berapi-api ketika diatas panggung sehingga *feedback* dari *audience* juga semangat ketika mendengar Rahmat Evendi berbicara. Berbeda dengan Muhammad Sayuti dan Fikri Yanta yang didominasi oleh tipe kepribadian *melankolis*. Kedua informan tersebut terlihat sangat terencana dalam menyampaikan materi. Selain itu, pembawaan mereka juga lebih santai jika dibandingkan dengan Rahmat Evendi. Dengan demikian reaksi *audience* juga lebih tenang ketika mendengar kedua informan tersebut melakukan *public speaking*.

Berbeda dengan mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah memiliki *style* berbicara sesuai dengan karakter mereka masing-masing secara umum. Seperti Masridho Rambey yang memiliki pembawaan serius, ia mengatakan bahwa jika materi dijelaskan dengan serius maka orang lain juga akan berfikir tentang hal-hal yang serius, sehingga pesan yang disampaikan lebih terpercaya dan menghilangkan nada-nada bercandaan. Karakter Riska Iwantoni yang tergolong pendiam sebenarnya terkesan membosankan menurut *audience*, tetapi ia menonjolkan hal lain untuk mendapatkan *feedback* dari pendengar dengan menyuguhkan penampilan atau karya yang telah dibuat terlebih dahulu atau karya orang lain yang menurutnya bagus. Dengan cara seperti itu iwan mampu menarik perhatian *audience*. Untuk mendapatkan *feedback* dari *audience*, Darniza Afriani memanfaatkan karakternya yang ceria dan menyenangkan. Ketika melakukan *public speaking* Darniza berusaha mengundang perhatian *audience* dengan cara berinteraksi di awal pembukaan pembicaraan. Menyapa *audience* seperti mengucapkan selamat pagi, siang atau sore dianggap mampu membangkitkan semangat pendengar. Apabila *audience* kurang atraktif Darniza tidak akan berhenti berinteraksi sampai mendapatkan *feedback* yang memuaskan dari *audience*.

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

Dari bukti logos, pathos, dan ethos ini kita dapat melihat apakah cara ber*public speaking* mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) dengan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Unsyiah sudah memenuhi kedua asumsi yang dikemukakan oleh Aristoteles atau belum. Kedua asumsi yang dikemukakan Aristoteles adalah yang pertama pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka. Pada mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM mereka sangat mempertimbangkan *audience* mereka, apabila *audience* didominasi oleh mahasiswa, maka mereka makan mengaitan materi pokok mereka dengan membahas hal-hal yang diperlukan bagi mahasiswa. Cara tersebut ternyata sangat ampuh untuk menarik perhatian dan emosi *audience*.

Menurut *audience* yang telah peneliti wawancarai, *public speaking* mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM sangat menarik perhatian mereka. Kekuatan persuasi mereka terlihat jelas ketika berbicara diatas panggung. Berbeda dengan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi yang masih dianggap kurang mempertimbangkan khalayak mereka. Meskipun mereka berusaha berinteraksi dengan *audience*, tetapi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi tidak mengasah kemampuan persuasi mereka, interaksi yang dilakukan hanya sebatas untuk mendapatkan *feedback* diawal pembicaraan saja. Asumsi yang kedua yaitu pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka. Untuk asumsi yang kedua mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM selalu memberi bukti yang logis ketika berbicara diatas panggung. Ketika mereka berbicara soal penerimaan *reward* yang diberikan oleh perusahaan MLM TIENS mereka akan memberi kesaksian oleh diri mereka sendiri, seperti perjalanan ke luar negeri maupun mobil yang didapatkan akan di tampilkan pada *slide* presentasi mereka dalam bentuk video maupun gambar. Dengan cara seperti itu, *audience* tentu akan yakin terhadap materi yang mereka sampaikan. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah juga memberi bukti dalam presentasi mereka. Bukti tersebut mereka dapatkan dari hasil evaluasi *public*

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

*speaking* yang mereka lakukan sebelumnya, dari pengalaman mereka pribadi mereka jadikan bukti untuk meyakinkan *audience*. Contohnya seperti Riska Iwantoni yang sering mengisi pelatihan mengenai fotografi, ia akan menampilkan berbagai macam foto yang menarik dan yang tidak menarik sebagai pembanding untuk meyakinkan *audience* dari materi fotografi yang ia sampaikan.

### **Persamaan Dan Perbedaan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah**

Hasil penelitian tentang komparasi kemampuan *public speaking* mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) dengan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah adalah *public speaking* masing-masing dari kedua kelompok informan memiliki persamaan dan perbedaan yang terlihat jelas.

Untuk persiapan materi, kedua kelompok informan mempersiapkan materi dengan matang. Kedua kelompok tersebut selalu mengonsepan terlebih dahulu materi yang akan mereka sampaikan. Mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM mengumpulkan referensi dari buku-buku yang berkaitan dengan materi mereka. Mereka meyakini bahwa membaca buku sebelum melakukan presentasi biasanya akan berdampak positif bagi *public speaker* maupun *audience*. Biasanya, *public speaker* akan terlihat lebih terpercaya ketika banyak mengeluarkan referensi ilmiah. Sedangkan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi juga mempersiapkan materi jauh-jauh hari sebelum melakukan presentasi dengan tujuan agar ketika berbicara di hadapan publik mereka sudah sangat memahami materi yang mereka sampaikan.

Dari segi intensitas, mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM lebih sering melakukan *public speaking* dibandingkan dengan

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah. Kegiatan *public speaking* tersebut dilakukan diluar jam perkuliahan. Informan yang merupakan mahasiswa Unsyiah sekaligus member MLM ini, mengasah kemampuan berbicara di depan publik dengan melakukan presentasi materi bisnis mereka setiap harinya, frekuensi melakukan presentasi tersebut biasanya dilakukan sekali sehari hingga lima kali sehari. Sedangkan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah, tidak melakukan *public speaking* setiap hari, hanya pada saat presentasi diperkuliahan serta pada *event-event* tertentu saja.

Hal lain yang peneliti temukan ketika melakukan observasi dan wawancara, ternyata penampilan juga menentukan tingkat kepercayaan diri seorang *public speaker* ketika berbicara diatas panggung. Penampilan menarik tentu akan mencuri perhatian *audience*. Mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM sangat mempertimbangkan penampilan. Ketika mereka melakukan presentasi mereka akan menggunakan setelan yang rapi dan bersih untuk menarik perhatian *audience*. Sementara itu, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi masih belum terlalu memperhatikan penampilan mereka ketika berbicara di depan publik.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan yaitu *public speaking* dari informan yang diteliti yaitu mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam Multi Level Marketing (MLM) dengan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah sama-sama menarik perhatian *audience*, tetapi mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM lebih sering praktik dan belajar dari pengalaman mereka dilapangan, sehingga membuat mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM sangat menguasai panggung ketika berbicara di depan publik. Sedangkan untuk mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah intensitas melakukan *public speaking* mereka masih tertinggal jauh

---

jika dibandingkan dengan mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM, mereka tidak melakukan *public speaking* setiap harinya.

Keberhasilan dalam ber-*public speaking* juga dilihat dari bagaimana seorang *public speaker* mempertimbangkan khalayak, dalam hal ini mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM dengan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah sama-sama mempertimbangkan *audience* mereka. Hanya saja ada faktor terpenting yang disadari oleh mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM tetapi tidak disadari oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah. Faktor tersebut adalah mengenal kepribadian diri sendiri. Ketika seorang *public speaker* mengenal karakter dan kepribadiannya, maka ia akan melatih kekurangan dari kepribadiannya, sebagai contoh untuk individu yang didominasi oleh tipe kepribadian *melankolis* mereka akan belajar aktif dan menyenangkan diatas panggung seperti orang-orang yang didominasi oleh kepribadian *sanguinis* untuk menarik perhatian *audience*. Selain itu, mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM juga membangun *personal touch* untuk mendapatkan simpati dari *audience*, hal tersebut tidak dilakukan oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi ketika melakukan *public speaking*.

Kemampuan *public speaking* mahasiswa akan terasah apabila mereka memiliki wadah untuk berbicara selain diperkuliahan. Presentasi di hadapan teman-teman dan dosen saja tidak cukup untuk meningkatkan kemampuan *public speaking* seorang mahasiswa. Kegiatan diluar kampus yang mewajibkan mahasiswa untuk melakukan *public speaking* ternyata sangat berperan untuk meningkatkan kepercayaan diri, mengurangi rasa takut dan demam panggung, serta menjadi seorang *public speaker* yang handal seperti mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM.

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing

---

## SARAN

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan penelitian yang dilakukan yakni sebagai berikut:

1. Kepada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi unsyiah untuk dapat meningkatkan kemampuan *public speaking* mereka dengan cara meningkatkan intensitas berbicara di hadapan publik. Materi *Public speaking* yang telah didapatkan diperkuliahan, sebaiknya terus diaplikasikan melalui praktik, tidak cukup hanya dengan memahami teorinya saja.
2. Peneliti juga menyarankan kepada mahasiswa Unsyiah yang berpartisipasi dalam MLM untuk terus mengasah kemampuan *public speaking* nya dengan memahami *public speaking* secara teori. Meskipun tidak mempelajari mata kuliah *public speaking*, tetapi teori tersebut akan sangat membantu para pembicara ketika ingin melanjutkan karirnya ke jenjang yang lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fauzia, Ika Yunia. 2011. "*Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (MLMS) pada Herba al-Wahida (HPA) di Surabaya*". IAIN Sunan Ampel: Surabaya.
- Hidajat, M.S. 2006. *Public Speaking & Teknik Presentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kisata, Pindi. 2006. *Why Not MLM? Sisi Lain MLM*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)  
Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing



- 
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth.
- Olii, Helena. 2008. *Public Speaking*. Jakarta: PT INDEKS
- Mahi, M, Hikmat. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Siswoyo, Dwi, dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Media Pressindo.
- West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Buku II edisi ke-13 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zuhri, Saifuddin. 2010. *Public Speaking*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

---

Komparasi Kemampuan *Public Speaking* Mahasiswa Unsyiah Yang Berpartisipasi Dalam Multi Level Marketing (MLM) Dengan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Unsyiah (Dhea Atifa, Dr. Mahyuzar, Drs, M.Si)  
Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No. 3. Agustus 2018 1-17

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing