

**IMPLEMENTASI *PUBLIC SPEAKING* MULI-MEKHANAI KOTA  
BANDAR LAMPUNG DALAM AJANG PEMILIHAN  
MULI-MEKHANAI TAHUN 2019**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**Annisa Sobrina Aulia**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2021**

## ABSTRAK

### IMPLEMENTASI *PUBLIC SPEAKING* MULI MEKHANAI KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM AJANG PEMILIHAN MULI MEKHANAI TAHUN 2019

Oleh:  
**Annisa Sobrina Aulia**

*Public speaking* merupakan keterampilan seseorang untuk dapat berbicara di depan umum. Kegiatan *public speaking* dalam hal event Muli Mekhanai yang kompeten dibutuhkan keterampilan *public speaking* yang baik demi untuk dapat mempromosikan wisata yang ada di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung mengimplementasikan ilmu *public speaking* dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *public speaking* yang diterapkan oleh peserta Muli-Mekhanai dalam ajang Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019, dibagi atas tiga aspek yaitu ethos, phatos dan logos yang didalamnya memiliki peranya masing masing. Pada aspek ethos sendiri muli mekhanai telah memiliki kemampuan dalam pembelajaran *public speaking* sebelum mereka mengenal ajang pemilihan Muli-Mekhanai sehingga pembelajaran *public speaking* bukan menjadi hal baru lagi, maka ajang ini menjadi salah satu sarana untuk memperbaiki dan menambah wawasan mereka terkait *public speaking* tersebut. Pada aspek Phatos Muli-Mekhanai telah mampu untuk membaca jarang padang audiens yang mereka tuju sehingga pesan yang disampaikan bisa tepat sasaran, karena Muli-Mekhanai telah dibekali dengan kemampuan untuk pemberian materi dengan segmentasi pasar berbeda umur, pendidikan dan starta sosial sehingga pesan terserbut bisa disampaikan sepenuhnya secara baik. Pada aspek logos sendiri berkaitan erat dengan kredibilitas Muli-Mekhanai dalam susunan sebuah informasi yang diberikan, muli mekhanai telah mampu untuk melakukan riset karena mereka memiliki bekal dari karantina untuk mengenela berbagai macam ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kepariwisataan dan stretegi dalam meningkatkan keinginan pasar.

**Kata kunci:** implementasi, *public speaking*, muli mekhanai

## **ABSTRACT**

### **IMPLEMENTATION OF PUBLIC SPEAKING MULI MEKHANAI IN BANDAR LAMPUNG CITY IN THE ELECTION EVENT MULI MEKHANAI IN 2019**

**By**  
**Annisa Sobrina Aulia**

*Public speaking is a person's skill to be able to speak in public. Public speaking activities in terms of competent Muli Mekhanai events require good public speaking skills in order to be able to promote tourism in Bandar Lampung City. This study aims to find out and describe how Muli-Mekhanai in Bandar Lampung City implements the science of public speaking in the Muli-Mekhanai election in Bandar Lampung City in 2019. The method in this study uses a qualitative approach with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and documentation of research results. The results showed that the implementation of public speaking applied by the Muli-Mekhanai participants in the Muli-Mekhanai event in Bandar Lampung City in 2019, was divided into three aspects, namely ethos, phatos and logos, each of which has its own role. In the aspect of ethos itself, Muli Mekhanai already has the ability to learn public speaking before they know the Muli-Mekhanai election event so that learning public speaking is not a new thing anymore, so this event is a means to improve and add to their knowledge regarding public speaking. In the Phatos aspect, Muli-Mekhanai have been able to read rarely their intended audience so that the message conveyed can be right on target, because Muli-Mekhanai has been equipped with the ability to provide material with different market segments of age, education and social status so that the message can be conveyed completely well. In the logos aspect itself, which is closely related to the credibility of Muli-Mekhanai in the arrangement of the information provided, Muli Mekhanai have been able to conduct research because they have provisions from quarantine to explore various kinds of science related to tourism and strategies in increasing market demand.*

*Keywords: implementation, public speaking, muli mekhanai*

**IMPLEMENTASI *PUBLIC SPEAKING* MULI-MEKHANAI KOTA  
BANDAR LAMPUNG DALAM AJANG PEMILIHAN  
MULI-MEKHANAI TAHUN 2019**

Oleh

*Annisa Sobrina Aulia*

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI *PUBLIC SPEAKING*  
MULI-MEKHANAI KOTA BANDAR  
LAMPUNG DALAM AJANG PEMILIHAN  
MULI-MEKHANAI TAHUN 2019**

Nama Mahasiswa : **Annisa Sobrina Aulia**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1416031018**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

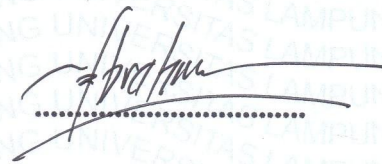
*Wulan Suciska*

**Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**  
NIP. 19800728 200501 2 001

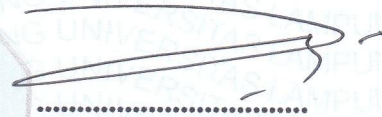
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Pembimbing : **Dr. Ibrahim Besar, M.Si.**



Penguji Utama : **Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**

NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **10 Agustus 2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Sobrina Aulia  
NPM : 1416031018  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat Rumah : Jl. Drs. Alimudin Umar, Sukabumi, Bandar Lampung  
No. HP : 081280950322

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Implementasi *Public Speaking* Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung dalam Ajang Pemilihan Muli-Mekhanai Tahun 2019** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 10 Agustus 2021  
Yang membuat pernyataan,



Annisa Sobrina Aulia  
NPM. 1416031018

## RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Annisa Sobrina Aulia. Lahir di Bandar Lampung pada tanggal 15 September 1996. Merupakan anak kedua dari 3 bersaudara. Jenjang Akademis penulis diawali dari pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) di TK Amarta Tani HKTI Rajabasa Bandar Lampung tahun 2000. Penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah MIN 11 Bandar Lampung tahun 2002-2008, SMP Negeri 20 Bandar Lampung tahun 2009-2011, MAN 1 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2011-2014, dan melanjutkan kuliah di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Pada tahun 2017 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Budidaya, Kecamatan Sidomulyo, Kabupaten Lampung Selatan dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas KOMINFO Provinsi Lampung pada tahun 2018.



## **MOTTO**

“Sesekali, jadilah film kartun: dijepit, digilas, bangkit lagi”

(Annisa Sobrina Aulia)

## **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirrahiim

Kupersembahkan karya kecilku ini namun penuh perjuangan kepada kedua orangtua yang sangat kusayangi dan cintai, serta adik dan kakaku tersayang

Kupersembahkan juga untuk semua sahabat, serta orang-orang yang selalu bersedia mendukungku sepenuh hati.

Serta kepada almamaterku, Universitas Lampung

## SANWACANA

*Alhamdulillah* *rabbil'alam*, puji dan syukur penulis panjatkan kepada *Allah Subhanahu Wa Ta'ala*, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Implementasi Public Speaking Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung Dalam Ajang Pemilihan Muli Mekhanai Tahun 2019”** sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan nikmat iman yang kuat luar biasa sehingga penulis diberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Toni Wijaya, S.Sos.,M.A selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Ibrahim Besar, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing penulis dengan sabar dalam mengerjakan skripsi dan

meluangkan waktu untuk memberikan masukan serta kritik yang sangat membantu penulis. Terimakasih untuk semua motivasi dan nasihat yang Bapak berikan kepada penulis sehingga penulis tetap semangat dalam menyusun skripsi ini. Semoga *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* selalu melimpahkan kesehatan dan keselamatan dunia dan akhirat kepada Bapak.

5. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembahas penulis terimakasih atas semua bantuan dalam mengarahkan penulis untuk mengerjakan skripsi, serta memberikan banyyak saran dan masukan untuk skripsi penulis. Semoga *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* akan selalu memberikan ibu kesehatan dan keselamatan dunia dan akhirat.
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi, staff administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi, Mas Redi, Mas Hanafi, Mas Hendro, dan Mas Agus yang telah banyak membantu penulis selama berkuliah dan selama penelitian ini dilakukan.
7. Untuk kedua orangtua penulis, *Alm.* Ayah dan Ibu tercinta yang tak pernah lelah mendukungku dalam segala hal, serta bersabar untuk melihatku menyelesaikan studi S1 ini, yang selalu mendo'akanku di setiap sujud dan do'anya hingga skripsi ini bisa terselesaikan. Terimakasih untuk kasih sayang dan nasihat kalian yang sangat membuat ku semangat agar terus berjuang sampai saat ini. Semoga kelak Penulis dapat memberikan Mahkota dan Jubah di Surga untuk Ayah dan Ibu *Aamiin*.
8. Untuk adiku Anas, dan kakaku Dayat, yang selalu menjadi teman bercanda untuk menghiburku serta teman bertengkar dirumah. Terimakasih untuk segala dukungan yang telah kalian berikan baik doa dan semangatnya untuk

menyelesaikan skripsi ini. Semoga *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* akan selalu menjaga dan memberikan kesehatan.

9. Untuk Keluarga Besar ku semua Terimakasih untuk semua dukungan yang telah kalian berikan selama ini, baik dalam hal kasih sayang maupun materi, karena tidak pernah berhenti dan merasa lelah untuk mengingatkan ku menjadi orang yang lebih baik, dan tidak menyerah pada mimpi ku sendiri. Semoga *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* akan selalu memberikan kesehatan untuk kalian.
10. Untuk teman-teman seperjuanganku selama kuliah Origo, Nicho, Audrya, Nita, Intan, Anyes, Hisa, Phebi, Niki dengan cobaan hidupnya masing-masing yang luar biasa mereka bisa menghadapinya. Terimakasih untuk segala bantuan dan kenangan yang menyenangkan selama kita berteman, semoga kalian semua selalu dalam lindungan *Allah Subhanahu Wa Ta'ala*.
11. Terkhusus untuk sahabatku Ana Martika, terimakasih banyak untuk segala bantuan dan semangat yang sudah diberikan selama ini, semoga kelak persahabatan kita akan bertahan selamanya.

Semoga *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* selalu memberikan Rahmat dan ridho-Nya untuk kita semua dalam hidup ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan keluasan ilmu bagi semua pihak yang telah membantu. Terima kasih banyak untuk segala bentuk doa dan dukungan yang kalian berikan.

Bandarlampung, 10 November 2021  
Penulis

**Annisa Sobrina Aulia**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.6. Kerangka Pikir.....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	12
2.2.1 Sejarah Perkembangan Retorika .....	15
2.2.2 Unsur-Unsur Dalam Proses Retorika .....	19
2.2.3 Pembagian Retorika .....	21
2.3. Komunikasi Pariwisata.....	22
2.4. <i>Public speaking</i> .....	24
2.4.1 Sejarah <i>Public speaking</i> .....	24
2.4.2 Pengertian <i>Public speaking</i> .....	25
2.4.3 Metode <i>Public speaking</i> .....	27
2.4.4 Instrumen Persuasive <i>Public speaking</i> .....	28
2.5. Studi Fenomenologi .....	29
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Pendekatan Penelitian .....	32
3.2. Tipe Penelitian.....	32
3.3. Metode Penelitian.....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.5. Teknik Penentuan Informan .....	36
3.6. Teknik Analisis Data .....	36
3.7. Teknik Keabsahan Data .....	38

**IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

4.1. Gambaran Umum Muli-Mekhanai .....	40
4.2. Gambaran Umum IMKOBAL (Ikatan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung) .....	42
4.3. Tugas dan Fungsi Muli-Mekhanai .....	45
4.4. Identitas Informan .....	46
4.5. Hasil Penelitian .....	48
4.6. Pembahasan .....	68

**V. PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran .....	86

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
1. Bagan Kerangka Pemikiran .....	9
2. Segitiga Retorika.....	15
3. Gambar Anggota Muli-Mekhanai Kota B. Lampung Th 2019.....	40
4. Gambar Logo IMKOBAL.....	42
5. Pelatihan Focus Group Discussion (FGD) kepada Finalis Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung Tahun 2019.....	80



**DAFTAR TABEL**

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu .....	11
2. Tugas Pokok dan Fungsi (TUPOKSI) Per Bidang Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung (IMKOBAL).....	45
3. Identitas Informan Muli 1 .....	47
4. Identitas Informan Muli 2 .....	47
5. Identitas Informan Mekhanai 1 .....	47
6. Identitas Informan Mekhanai 2 .....	47
7. Identitas Informan 1 .....	48
8. Identitas Informan 2 .....	48

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor industri di Indonesia yang memiliki potensi untuk dapat dikembangkan menjadi sumber pendapatan untuk masing-masing daerah. Disisi lain keuntungan juga didapatkan dari kedatangan wisatawan pada suatu daerah wisata. Industri pariwisata telah memberikan dampak positif diantaranya yaitu kesejahteraan dan peningkatan taraf ekonomi bagi masyarakat didaerah wisata. Industri pariwisata juga dapat berpengaruh terhadap system perekonomian disuatu Daerah dan Negara (Sammeng, 2001, p.34).

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang berada dipulau Sumatera. Menurut data dari BPS tahun 2015 secara geografis terletak antara  $5,42897^{\circ}\text{LS}$  dan  $105,26114^{\circ}\text{BT}$  dan merupakan pintu gerbang pulau Sumatera. Kota Bandar Lampung memiliki wilayah yang luasnya sebesar 198, 21km, Kota Bandar Lampung memiliki 13 wilayah kecamatan dan 98 wilayah kelurahan. Sejarah awal Kota Bandar Lampung merupakan penyatuan dua kota yaitu Teluk Betung dan Tanjung Karang, sehingga Kota Bandar Lampung menjadi satu-satunya Kota besar dan menjadi Ibu kota di Provinsi Lampung. Disisi lain juga Kota Bandar Lampung merupakan pintu gerbang dari bagian selatan dari Pulau Sumatera, yang dijadikan lalu lintas para imigran dari Pulau Jawa ke Sumatera atau pun sebaliknya (Soebadio, 2010:19).

Bandar Lampung adalah Kota terbesar dan Ibu kota Provinsi Lampung yang diklaim sebagai “*The Treasure of Sumatera*”, yang memiliki arti yaitu ragam kekayaan Sumatera. Tema ini dimaknai sebagai kekayaan alam dan kekayaan budaya yang ada di Provinsi Lampung yang terletak di Pulau Sumatera. Salah satu pulau terbesar di Indonesia yang kaya akan hasil bumi, keindahan alam, adat istiadat, seni budaya serta keramah-tamahan masyarakatnya. Konsep ini dibuat oleh Pemerintah beserta Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung pada tahun 2016 sebagai simbol identitas kota Bandar Lampung, serta membuat citra atau *image* yang baik dan untuk mempromosikan potensi pariwisatanya.

Kota Bandar Lampung memiliki sistem perekonomian yang maju dan berkembang, disumbangkan oleh peranan signifikan sektor industri pengelolaan yang menopang. Sektor industri di kota Bandar Lampung secara kuantitas cukup beranekaragam, diantaranya industri perdagangan, pendidikan, dan pariwisata. Kota Bandar Lampung adalah Kota yang memiliki potensi pariwisata, Kota Bandar Lampung memiliki keunikan tersendiri yang kemudian dapat dikembangkan menjadi Kota pariwisata, yaitu salah satunya Kota Bandar Lampung memiliki tempat pariwisata yang terbagi atas empat kawasan wisata unggulan (KWU) diantaranya: wisata alam, wisata budaya, wisata hiburan, dan wisata buatan. Empat keunggulan tersebut biasanya tidak dapat dijumpai di satu kota, namun di Kota Bandar Lampung sendiri terdapat keunikan yang menunjang dari segi topografi yang alamnya telah menyediakan potensi wisata tersebut.

Untuk itu salah satu cara dari dinas pariwisata untuk dapat mempromosikan wisata secara masif dengan menggandeng duta wisata. Duta Wisata bisa diartikan sebagai tokoh yang menjadi icon dalam masyarakat yang memahami secara penuh segala aspek dalam pariwisata, baik obyeknya maupun subyeknya. (Dirjen Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia)

Selain itu duta Wisata dapat menjadi pelopor dalam masyarakat akan pentingnya sadar wisata, tentu menjadi salah satu faktor dalam kemajuan dunia pariwisata, menjadi media promosi pariwisata serta sarana dan prasarana masyarakat untuk mengenal segala hal dalam pariwisata. Duta Wisata, baik di daerah maupun di pusat, menggelar rangkaian pemilihan yang menghabiskan biaya tak sedikit, dengan standard penilaian yang juga tidak rendah, di kemas dalam bentuk pagelaran yang megah dan tentu mengandung ekspektasi serta filosofi daerah sehingga para pemenang diharapkan dapat benar benar memahami dan menjalankan segala keagungan budaya luhur daerah dimana mereka berasal.

Di Bandar Lampung sendiri duta wisata dikenal dengan sebutan Muli Mekhanai. Muli dan Mekhanai adalah sebutan bagi bujang dan gadis Lampung. Muli yang berarti perempuan, dan Mekhanai yang berarti laki-laki. Muli Mekhanai merupakan putra-putri pilihan yang telah melalui proses seleksi dan penilaian dalam rangkaian pemilihan Muli dan Mekhanai Lampung yang tak terpisahkan dari pelaksanaan *Event* Begawi Bandar Lampung yang setiap tahunnya diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandar Lampung untuk menjaring sosok-sosok remaja terbaik di Provinsi Lampung dan telah tercatat bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada jumlah wisatawan setiap tahunnya. (Reza, 2018:2).

Muli Mekhanai adalah putra-putri pilihan yang menjadi *icon* pariwisata yang bertugas untuk mempromosikan Provinsi Lampung khususnya di bidang kebudayaan dan pariwisata. Muli Mekhanai juga bisa disebut sebagai komunikator yang dapat menyampaikan pesan-pesan atau informasi terkait bidang pariwisata dan budaya Lampung serta dapat memberikan dampak positif bagi kebudayaan Lampung.

Muli Mekhanai merupakan salah satu aset sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dinamis, berbudaya, memiliki kemampuan dan wawasan yang luas,

berwawasan lingkungan serta mampu meningkatkan citra pariwisata daerah Lampung di tingkat nasional maupun internasional. Hal itu tentunya ditunjang dengan penampilan dan wajah yang menarik yang kemudian diarahkan untuk terwujudnya Muli Mekhanai sebagai duta pariwisata Lampung sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan Lampung. Dengan kompetensi berdasarkan tuntutan kriteria ideal yang dimiliki, tentunya syarat-syarat tersebut yang harus dipenuhi oleh semua peserta. Muli Mekhanai yang sudah terpilih nantinya bergabung dengan organisasi khusus Muli Mekhanai yang merupakan organisasi resmi kepemudaan berbadan hukum dalam lingkungan pemerintahan, baik kota maupun kabupaten. Para Muli Mekhanai tersebut kemudian diberikan masa tugas selama 1 (satu) tahun untuk bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung dalam upaya melestarikan Provinsi Lampung khususnya di bidang kebudayaan dan pariwisata.

Dengan bergabungnya mereka di organisasi tersebut, mereka diajarkan bagaimana cara berkomunikasi, berinteraksi yang baik, berpenampilan menarik dan berwawasan luas, yang nantinya dengan adanya organisasi khusus Muli Mekhanai dapat mencetak Muli Mekhanai yang berkualitas dan berkompoten. Meski dalam pelaksanaannya tak sedikit ditemui sosok-sosok yang harus terus menerus ditempa dan dipoles *pasca* acara pemilihan. Mengingat setiap personal terdapat sisi yang masih terpendam baik secara mental, personal maupun bakat yang mereka punya. Tak semua sosok yang terlibat dalam ajang Pemilihan Muli Mekhanai adalah sosok yang benar-benar sesuai dengan standar penilaian yang ditetapkan. Terkadang kekurangan pada tampilan, kemampuan bahkan pembawaan personal yang masih dirasa belum maksimal.

Di dalam kegiatan Muli Mekhanai dapat menjadikan wadah bagi sosok-sosok terbaik seperti panggung bagi mereka yang berbakat dan memiliki *passion* di dunia menyanyi, *Master of Ceremony*, *fashion show* dan bidang-bidang lainnya yang butuh praktik langsung. Termasuk terlibat dalam acara

yang dibuat oleh para Muli Mekhanai tersebut ataupun acara dari pihak lain, baik berperan sebagai pengisi acara maupun sebagai kru atau panitia acara. Keterlibatan tersebut bertujuan untuk membiasakan pribadi Muli Mekhanai bersosialisasi dengan ragam sosok berlainan latar belakang, sehingga diharapkan dapat menghasilkan pribadi Muli Mekhanai yang pandai bergaul dan paham tata krama pergaulan secara langsung.

Salah satu cara dalam merealisasikan hal tersebut dibutuhkan *public speaking* yang baik, karena *public speaking* ialah salah satu bekal yang harus dimiliki oleh setiap anggota muli mekhanai, hal ini dilihat dari konsep konsep *public speaking*. Duta wisata atau disebut dengan muli-mekhanai harus dapat memiliki kemampuan dalam dirinya yang berkaitan dengan konsep *Public speaking* yaitu : *Ice breaker*, dimana seorang duta wisata harus mampu membuka sebuah penampilan kepada khalayak dengan membantu menciptakan suasana yang nyaman, suasana yang lebih membuat audiens percaya. *Ice breaker* merupakan pelumas atau pembuka tabir jarak antara seorang pembicara yang dalam hal ini duta wisata dengan audiens yang dituju.

Selain itu pada *energizer* duta wisata harus dapat memberikan pesan yang memiliki bobot informasi dimana pesan ini dapat diterima semua kalangan. Karena sebagai duta wisata / muli –mekhanai harus dapat mampu memahami khalayak dengan baik dan dapat menempatkan diri dengan baik. Dalam peletaknya *energizer* diletakan ditengah-tengah penampilan kita disaat menyampaikan materi.

Serta dalam *closingpower* yaitu penutup yang berisi Kesimpulan-kesimpulan, ajakan-ajakan dan motivasi, sebutkan tujuan hidup yang baik, benar, dan bagus, yang berkaitan dengan materi yang baru saja sampaikan. Dalam mendapatkan wajah muli mekhanai yang kompeten dibutuhkan keterampilan *public speaking* demi untuk dapat mempromosikan wisata yang ada di Kota Bandar Lampung, hal ini didapatkan selama masa karantina, untuk itu peneliti

ingin melihat sejauh mana muli mekhanai dapat mengimplementasikan *public speaking* tersebut.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu. **“Bagaimana Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung Mengimplementasikan Ilmu *Public speaking* dalam Ajang Pemilihan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung Tahun 2019?”**

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan : Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung mengimplementasikan ilmu *public speaking* dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan wawasan bagi para mahasiswa, khususnya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Lampung mengenai implementasi *public speaking* pada Muli-Mekhanai di Kota Bandar Lampung.
- b. penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber literatur bagi penelitian komunikasi, khususnya mengenai Pengimplementasian Ilmu *Public speaking* pada Muli-Mekhanai. Disisi lain penelitian ini bisa melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang *Public speaking*.

- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan oleh para mahasiswa sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Dinas Pariwisata dan Pemerintah Kota Bandar Lampung, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk menerapkan pembelajaran ilmu *public speaking* kepada calon atau finalis Muli-Mekhanai di Kota Bandar Lampung.
- b. Dapat menjadi acuan bagi Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung mengenai pengimplementasian *public speaking* yang baik agar dapat memberikan dampak positif dan keahlian bagi para calon atau finalis Muli-Mekhanai di Kota Bandar Lampung.

### **1.5. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan penelitian terbagi menjadi 3 bagian di antara lain:

1. Apakah motif yang melatbelakangi informan ikut dalam ajang pemilihan muli mekhanai kota Bandar Lampung?
2. Apakah makna yang terkandung dari keikutsertaan informan dalam ajang pemilihan muli mekhanai kota Bandar Lampung?
3. Pengalaman apa yang didapatkan oleh muli mekhanai kota Bandar Lampung, khususnya dalam pengimplementasian pembelajaran *public speaking* yang telah diberikan pada saat ajang pemilihan tersebut?

### **1.6. Kerangka Pikir**

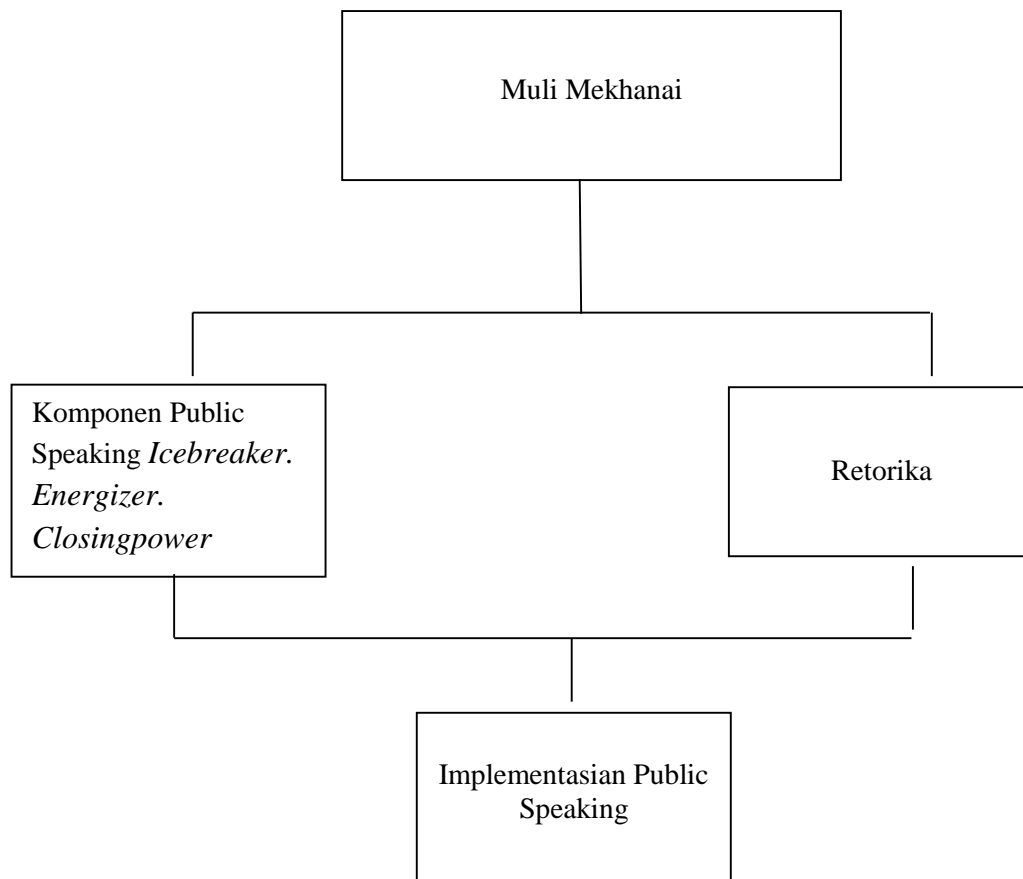
Duta Wisata dapat menjadi pelopor dalam masyarakat akan pentingnya sadar wisata, tentu menjadi salah satu faktor dalam kemajuan dunia pariwisata, menjadi media promosi pariwisata serta sarana dan prasarana masyarakat untuk mengenal segala hal dalam pariwisata. Duta Wisata, baik di daerah maupun di pusat, menggelar rangkaian pemilihan yang menghabiskan biaya tak sedikit, dengan standard penilaian yang juga tidak rendah, di kemas dalam



bentuk pagelaran yang megah dan tentu mengandung ekspektasi serta filosofi daerah sehingga para pemenang diharapkan dapat benar benar memahami dan menjalankan segala keagungan budaya luhur daerah dimana mereka berasal. Di Bandar Lampung sendiri duta wisata dikenal dengan sebutan Muli Mekhanai.

Muli dan Mekhanai adalah sebutan bagi bujang dan gadis Lampung. Muli yang berarti perempuan, dan Mekhanai yang berarti laki-laki. Untuk menjadi duta wisata ini Muli –mekhanai memiliki proses yang panjang dalam pemilihannya yang nantinya duta wisata ini akan memiliki tanggung jawab untuk mengemban tugas dalam memperkenalkan pariwisata Kota Bandar Lampung dan menjadi icon serta representasi kaum muda milenial dalam pengenalan seni budaya dan pariwisata. Dalam melihat hal ini peneliti akan mengupas menggunakan dua mata pisau komponen public relation icebreaker, energizer, serta *Closing power* dimana pada komponen tersebut akan mengupas bagaimana muli mekhanai dalam membawakan diri didepan khalayak.

Sedangkan pada retorika sendiri akan mengupas berbagai bentuk persiapan diri yang dimiliki oleh muli-mekhanai serta penggunaan media dalam menampilkan pesan kepada khalayak, sehingga akan tercermin implementasi *public speaking* yang diterapkan oleh khalayak. Untuk menggambarkan penjelasan ini maka peneliti membuat kerangka fikir sebagai berikut:



**Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran.**

Sumber: Diolah oleh Peneliti

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti-peneliti yang sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual.

Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka untuk memudahkan peneliti menentukan langkah-langkah yang sistematis. Penelitian terdahulu dapat menjadi acuan atau gambaran untuk menunjang dan membantu proses penelitian yang akan dilakukan. Peneliti dapat mempelajari hal hal keperluan penelitian dari beberapa penelitian lain, untuk menghindari plagiat ataupun pengulangan penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai panduan serta perbandingan sebagai upaya untuk mengurangi kegiatan penggandaan karya dan sejenisnya. Penelitian terdahulu juga menjadi referensi dalam memilih sistematika penulisan maupun langkah-langkah sistematis teori hirarki pengaruh. Selain itu untuk menambah wawasan mengenai hasil penelitian tersebut. Berikut penelitian terdahulu yang sudah berhasil dikumpulkan oleh peneliti sebagai salah satu referensi :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Kontribusi Penelitian
Ardiansyah Prima Aditya (Universitas Lampung, 2017)	Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Instameet Dalam Meningkatkan Kemampuan Fotografi	Peneliti ini dalam penelitiannya sama-sama menggunakan teori <i>Groupthink</i>	Penelitian ini dilakukan dengan subyek penelitian Komunitas Instameet Lampung melalui media Instagram, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti, penulis memilih subyek organisasi IMKOBAL dan bagaimana merekameningkatkan kemampuan <i>public</i>	Menjadi referensi bagi peneliti untuk membantu proses penyusunan penelitian yang berhubungan dengan komunikasi kelompok.
Siti Maesaroh (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)	Urgensi <i>Public speaking</i> Terhadap Kinerja Guru	Peneliti ini dalam penelitiannya sama-sama meneliti urgensi <i>public speaking</i>	Penelitian ini dilakukan dengan subyek penelitian Kinerja Guru, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti, penulis memilih subyek anggota IMKOBAL	Menjadi referensi bagi peneliti untuk membantu proses penyusunan penelitian yang berhubungan dengan <i>public speaking</i>
A Reza Yuanda (Universitas Lampung, 2018)	Ajang Pencarian Bakat: Kajian Wacana Popularitas Pada Masyarakat Dewas Ini	Didalam penelitian ini, peneliti sama-sama meneliti tentang Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung	Penelitian ini mengkaji wacana popularitas, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan kajian teori <i>groupthink</i> .	Menjadi referensi bagi peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai latar belakang dan aktivitas Muli Mekhanai

Sumber : Diolah peneliti dari berbagai sumber

## 2.2. Landasan Teori

Kerangka Teoritis Di bidang komunikasi, mempelajari teori *public speaking* yang disebut teori retorika adalah mempelajari seni wacana yang efektif. Teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika, yang disebut Aristoteles sebagai alat persuasi yang tersedia. Maksudnya seorang pembicara yang tertarik untuk membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan tiga bukti retorik: logika (*logos*), emosi (*pathos*), dan etika/ kredibilitas (*ethos*). Khalayak merupakan kunci dari persuasi yang efektif dan silogisme retorik, yang mendorong khalayak untuk menemukan sendiri potongan potongan yang hilang dari suatu pidato, digunakan dalam persuasi. Ada dua asumsi dari teori retorik yang dikemukakan Aristoteles:

1. Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka : dalam konteks *public speaking*, pembicara harus memikirkan khalayak sebagai sekelompok orang yang memiliki motivasi, keputusan, dan pilihan dan bukannya sebagai sekelompok besar orang yang homogen dan serupa.
2. Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka: bukti- bukti yang dimaksud merujuk pada cara-cara persuasi yang diidentifikasi dalam tiga bukti: Logos, Pathos, Ethos Kanon Retorika Kanon adalah tuntutan atau prinsip prinsip yang perlu diperhatikan oleh seorang pembicara agar suatu pidato persuasif dapat menjadi efektif. Aristoteles menyatakan ada lima hal yang dibutuhkan untuk pidato yang efektif, yaitu: penemuan, pengaturan, gaya, penyampaian, dan ingatan. Teori Akomodasi Komunikasi Ketika dua orang berbicara, seringkali mereka bertindak- tanduk mirip, bahkan berbicara dengan kecepatan yang sama, atau merespon lawan bicara dengan bahasa yang sama.

Ditinjau dari segi bahasa (Effendy, 1997: 53), retorika berasal dari bahasa Yunani "*Rhetor*" yang berarti seorang juru pidato yang mempunyai sinonim "orator" dalam bahasa Inggris "*Rhetoric*" bersumber dari perkataan

“*Rhetorica*” yang berarti ilmu berbicara. Berbicara yang akan dapat meningkatkan kualitas eksistensi (keberadaan) di tengah-tengah orang lain, bukanlah sekedar berbicara, tetapi berbicara yang menarik (atraktif), bernilai informasi (informatif) (rekreatif) dan berpengaruh (persuasif). Dengan kata lain, manusia mesti berbicara berdasarkan seni berbicara yang dikenal dengan istilah retorika.

Sejalan dengan perkembangan retorika, pengertian retorika juga mengalami perkembangan. Beberapa ahli Barat, seperti D. Beckett, Donald Bryant dan Bishop Whately sampai abad ke-20 mendefinisikan retorika. Definisi yang diberikan pada hakikatnya sama dengan pengertian yang diberikan oleh Aristoteles. Akan tetapi penafsiran yang berbeda-beda menimbulkan keragaman pengertian (Abidin, 2013: 52). Selain itu, pengertian retorika dapat dikatakan mencakup semua pengertian yang ada. Hal ini disebabkan setiap periode retorika melahirkan konsep retorika yang berbeda setiap periode dan zamannya.

Adapun ragam pengertian retorika (Abidin, 2013: 53) antara lain adalah:

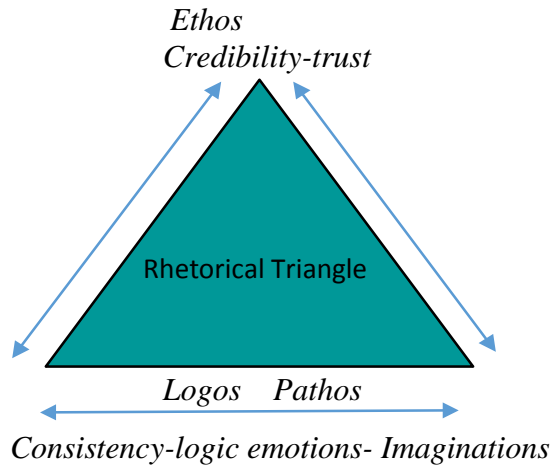
1. Menurut Plato, retorika yang tidak memandang kemanfaatan dan kebenaran bukanlah retorika. Menurutnya retorika merupakan seni bertutur untuk memaparkan kebenaran.
2. Menurut Aristoteles (peletak dasar retorika ilmiah dan disebut bapak retorika), retorika adalah ilmu dan seni yang mengajarkan kepada orang unuk terampil menyusun dan menyampaikan tuturan secara efektif untuk mempersuasi pihak lain. Tuturan yang efektif adalah memaparkan kebenaran, disiapkan dan ditata secara sistematis dan ilmiah, mengolah dan menguasai topik tutur, serta mempunyai alasan pendukung atau argumen.
3. Menurut Becket, retorika adalah seni yang mengafeksi pihak lain dengan tutur, yaitu memanipulasi unsur-unsur tutur dan respons pendengar. Tindakan manipulasi ini dilakukan dengan perhitungan yang matang sebelumnya.

4. Donal C. Bryant memandang retorika sebagai suatu tutur yang mempersuasi dan memberikan informasi rasional kepada pihak lain.
5. Bishop Whately memandang retorika sebagai masalah bahasa. Karena itu, kita dapat memahami bahasa jika membatasi retorika. Retorika adalah seni yang mengajarkan orang tentang kaidah dasar pemakaian bahasa yang efektif.

Littlejohn dalam bukunya Teori Komunikasi: *Theories of Human Communication* menyebutkan bahwa pada awalnya, retorika berhubungan dengan persuasi, sehingga retorika adalah seni penyusunan argumen dan pembuatan naskah pidato. Kemudian, berkembang sampai meliputi proses “*adjusting ideas to people and people to ideas*” dalam segala jenis pesan. Fokus dari retorika telah diperluas bahkan lebih mencakup segala cara manusia dalam menggunakan simbol untuk mempengaruhi lingkungan di sekitarnya dan untuk membangun dunia tempat mereka tinggal (Little John, 2009: 73).

Jadi, retorika bisa didefinisikan sebagai bentuk komunikasi di mana seseorang menyampaikan buah pikirannya baik lisan maupun tertulis kepada hadirin yang relatif banyak dengan pelbagai gaya dan cara bertutur, serta selalu dalam situasi tatap muka (*face to face*) baik langsung maupun tidak langsung (Suhandang, 2009: 28).

Teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika yang disebut Aristoteles sebagai alat persuasi yang tersedia. Maksudnya seorang pembicara yang tertarik untuk membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan tiga bukti retorik: logika (*logos*), emosi (*pathos*) dan etika/kredibilitas (*ethos*). Khalayak merupakan kunci dari persuasi yang efektif dan silogisme retorik, yang memandang khalayak untuk menemukan sendiri potongan-potongan yang hilang dari suatu pidato digunakan dalam persuasi. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa retorika adalah teori yang memberikan petunjuk untuk menyusun sebuah presentasi atau pidato persuasif yang efektif dengan menggunakan alat-alat persuasi yang tersedia.



**Gambar 2. Segitiga Retorika**  
(Burgoon, 1974:32)

### 2.2.1 Sejarah Perkembangan Retorika

Dasar utama dari retorika adalah berbicara atau penuturan kata-kata dalam bentuk lisan maupun tulisan. Dengan demikian usia retorika sama tuanya dengan peradaban manusia itu sendiri. Menelusuri sejarah retorika, menurut De Vito (dalam Suhandang, 2009:35), teori-teori retorika mulai dikenal pada tahun 3000-an SM, yakni dengan adanya sebuah esai yang berisi saran atau anjuran mendasar untuk berbicara yang efektif kepada para Fira'un (penguasa Mesir). Menurut Suhandang (2009: 35), retorika dikenalejak tahun 465 SM melalui makalah Corax yang berjudul "*Techne Logon*" (seni kata-kata), dimana pada waktu itu seni berbicara atau ilmu berbicara hanya digunakan untuk membela diri dan mempengaruhi orang lain. Dengan kata lain pada waktu itu retorika atau ilmu komunikasi digunakan untuk membeladiri yang berhubungan dengan kepentingan sesaat dan praktis (<http://nesaci.com>). Corax membagi pidato dalam lima bagian yaitu:

1. Pembukaan,
2. Uraian,
3. Argumen,
4. Penjelasan tambahan,
5. Kesimpulan



Di Yunani, retorika yang efektif mulai berkembang pada abad ke-5 SM, yakni pada masa kejayaan filsafat Sophisme yaitu aliran yang mendahului zaman filsafat klasik atau dikenal juga dengan sebutan zaman pra-klasik (Suhandang, 2009: 36). Georgias (480-370 SM) dari kaum sofisme mengatakan bahwa kebenaran suatu pendapat hanya dapat dibuktikan jika tercapai kemenangan dalam pembicaraan. Georgias ini merupakan guru retorika yang pertama. Ia membuka sekolah retorika yang mengajarkan dimensi bahasa yang puitis dan teknik berbicara impromptu (berbicara tanpa persiapan). Ia meminta bayaran mahal, sekitar 10.000 dollar per mahasiswa. Georgias bersama Protagoras menjadi “dosen terbang” yang mengajar berpindah dari satu kota ke kota lain (Rakhmat, 2008: 4). Sekolah tersebut dibuka dalam rangka memenuhi pasar akan kemampuan berrpikir yang jernih dan logis serta berbicara yang jelas dan persuasif.

Protagoras (500-432 SM) dari Abdeira berpendapat bahwa kecakapan berbicara bukannya untuk mencari kemenangan, melainkan untuk keindahan bahasa. Baginya retorika bukan sekedar ilmu berpidato, melainkan di dalamnya juga mencakup pengetahuan tentang sastra, gramatika dan logika. Sokrates (469-SM) juga menentang pendapat Georgias, ia berpendapat bahwa retorika harus dipergunakan untuk menemukan kebenaran. Tekniknya adalah dialog, dengan dialog orang akan mencapai dasar dan inti keterangan. Namun Sokrates dianggap menyimpang karena dialog digunakan untuk mempengaruhi, bukan untuk mengumpulkan fakta atau data.

Sementara menurut Isokrates hakikat pendidikan adalah kemampuan membentuk pendapat yang tepat tentang masyarakat. Isokrates percaya bahwa retorika dapat meningkatkan kualitas masyarakat, retorika tidak boleh dipisahkan dari politik dan sastra. Berbeda pendapat dengan Isokrates, Plato (427-347 SM) mempunyai pendapat bahwa inti pendidikan adalah ilmu pasti dan ilmu pengetahuan pada umumnya. Bagi Plato yang menjadi murid Sokrates pula, retorika adalah penting sebagai metode pendidikan, alat untuk mencapai kedudukan dalam pemerintahan dan untuk mempengaruhi rakyat. Sebagai metode pendidikan, menurut Plato retorika bertujuan memiliki dan

menggunakan bahasa yang baik serta memberikan kemampuan menyusun kalimat-kalimat yang sempurna disamping merupakan dasar dan jalan bagi orang untuk memperoleh ilmu pengetahuan yang luas dan mendalam terutama dalam bidang politik. Dalam hal ini ia sepakat dengan Isokrates yang menggunakan retorika demi persiapan para muridnya untuk menjadi negarawan, namun sebaliknya Plato mengecam para pengikut Georgias yang membuat teks pidato secara profesional untuk para penyelenggara negara demi uang.

Teori-teori retorika yang efektif selanjutnya dikembangkan oleh Aristoteles (384-322 SM) dengan mengajarkan bentuk-bentuk retorika yang jelas, singkat dan meyakinkan. Zaman pun beralih pada era klasik di mana pendidikan retorika lebih dikembangkan serta ditekankan kepada cara berpikir dalam mempelajari retorika. Aristoteles merupakan murid dari Plato. Ia menulis tiga jilid buku berjudul *De Arte Rhetorica*, yang diantara berisi lima tahap penyusunan suatu pidato yang dikenal sebagai “Lima Hukum Retorika” seperti *Inventio* (penemuan), *Dispositio* (penyusunan), *Elocutio* (gaya), *Memoria* (mengingat) dan *Pronuntiatio* (penyampaian).

Setelah mengalami perkembangannya di Yunani, retorika kemudian menyebar ke Romawi. Di Romawi pun retorika mengalami pengkajian lebih sempurna lagi, terutama dilakukan oleh salah seorang pengikut Aristoteles yang bernama Marcus Tullius Cicero (106 SM-43 M). Cicero berusaha mengembangkan retorika melalui buku karangannya yang diberi judul *De Oratore*.

Ia menjelaskan bahwa retorika pada hakikatnya memiliki dua tujuan yaitu *suasio* (anjuran) dan *dissuasio* (penolakan). Dalam hal ini Cicero menyadarkan publiknya akan pentingnya retorika dalam sidang pengadilan. Cicero juga mengajarkan bahwa dalam mempengaruhi khalayak, seorang orator harus meyakinkan mereka akan kejujuran dan kebenarannya. Puncak kejayaan retorika di Romawi adalah pada masa Cicero. Dialah orang pertama yang memperkenalkan metode retorika. Dalam pelaksanaannya, Cicero membagi kegiatan retorika dalam dua tahap. Pertama, *investio* yang berarti

mencari bahan dan tema yang akan diuraikan dalam pidato. Pada tahap ini bahan-bahan dan bukti harus dibahas sesingkat mungkin dengan memperhatikan kewajiban si pembicara untuk mendidik, membangkitkan kepercayaan dan menggerakkan isi hati khalayaknya. Kedua, *orde celloctatio* yang mengandung arti menyusun teks, atau isi pidato dengan menuntun kecakapan si pembicara dalam memilih mana yang lebih penting didahulukan penyampaian dan mana yang kurang penting. Urutan penyampaian isi pidato pun meminta perhatian si pembicara akan *exordium* (pendahuluan), *narratio* (pemaparan), *confirmatio* (pembuktian), *refutatio* (bandingan serta bantuan pendapat lain) dan *pexoratio* (penutup).

Plutarch (46-120 SM) berpendapat bahwa si pembicara harus memiliki keyakinan pada dirinya sendiri, menguasai bahan, percaya akan diri sendiri, menggunakan teknik bahasa yang merupakan peningkatan, aliterasi dan susunan kalimatnya baik. Mula-mula pendidikan retorika dilakukan dengan cara membawa murid ke ruang pengadilan untuk mendengarkan persoalan-persoalan yang sedang digelar dalam proses peradilan disana atau membawanya ke forum sidang senat untuk mendengarkan argumentasi-argumentasi yang dinyatakan terhadap pelbagai persoalan yang sedang dibahas. Jadi tujuan tertinggi dari mempelajari retorika pada saat itu adalah untuk menjadi anggota perwakilan atau pemimpin negara.

Selanjutnya, Tacitus (55 SM-116 M) dalam bukunya yang berjudul *Agricela* dan *Dialogus Oratorebus* secara jelas mengatakan bahwa retorika akan hilang nilainya seiring dengan berkurang atau memudarnya demokrasi, seperti pada saat bertambah buruknya situasi politik Romawi di bawah Pemerintahan Domitinius. Masa kemunduran Romawi di abad pertengahan itu turut melanda pula pada anggapan masyarakat Eropa terhadap retorika. Ketika keyakinan Nasrani berkuasa, semua ilmu pengetahuan didominasi oleh dogma gereja, retorika dianggap sebagai kesenian jahiliah, malah disamakan dengan berhala (Suhandang, 2009: 37-43).

Retorika modern (dalam Jurnal Komunikasi Rajiyem, 2005: 148-149) ditandai dengan munculnya *Renaissance* atau abad pencerahan sekitar tahun 1200-an. Menurut Jalaluddin Rakhmat, ada tiga aliran retorika modern:

1. Aliran *epistemologis* Epistemologis membahas teori pengetahuan, asal-usul, sifat, metode dan batas-batas pengetahuan manusia. Pemikiran epistemologis berusaha mengkaji retorika klasik dalam sorotan perkembangan psikologi kognitif yakni yang membahas proses mental.
2. Aliran *belles letters* Retorika dalam aliran ini sangat mengutamakan keindahan bahasa dan segi estetis pesannya, sehingga tidak jarang mengabaikan aspek informatifnya.
3. Aliran *elokusionis* Aliran ini menekankan teknik penyampaian pidato.

Terakhir, pada abad 20 retorika mengambil manfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan modern, khususnya ilmu perilaku seperti psikologi dan sosiologi. Istilah retorika pun bergeser menjadi *speech*, *speech communication* atau *oral communication* atau *public speaking* (Suhandang, 2009: 48).

### 2.2.2 Unsur-Unsur Dalam Proses Retorika

Adapun yang termasuk unsur-unsur dalam proses retorika (Suhandang, 2009: 52-73) antara lain:

1. **Komunikator:** Pembicara atau komunikator merupakan pusat transaksi. Meskipun secara fisik ia selalu berhadapan baik langsung maupun tidak langsung dengan hadirin, pembicara bertindak sebagai komunikator yang tampil sebagai sentral kegiatan yang menggambarkan terpusatnya jiwa para hadirin dengan “memandang” si pembicara tampil sebagai alasan untuk berkumpulnya mereka di tempat itu. Pembicara yang cerdas adalah orang yang selalu memperhatikan reaksi yang timbul dari audiensnya, sehingga ia dengan segera akan mengubah strategi dan gaya pidato jika mengetahui bahwa respons yang muncul dari audiens bersifat negatif atau menentang.
2. **Pendengar (hadirin):** Para pendengar atau hadirin (audiens) yang terlibat dalam proses kegiatan retorika pada hakikatnya merupakan

insan-insan yang jelas masing-masing berbeda dan memiliki kekhasan sendiri. Meskipun kita sering mengatakan hadirin sebagai kumpulan orang-orang secara tidak langsung dinyatakan tidak memiliki keanekaragaman namun kita tidak lupa bahwa itu merupakan campuran dari insan-insan yang berbeda dan satu sama lain terpisah. Masing-masing insan pendengar dimaksud masuk dalam situasi retorika dengan pelbagai maksud, berbeda motif, berlainan harapan, berbeda pengetahuan, berlainan sikap, kepercayaan dan nilai. Pendek kata, mereka hadir dengan berbeda *predisposisi*. Fraser Bond menggolongkan pendengar menjadi 3 yaitu, Golongan Intelek, Golongan Praktisi dan Golongan Non Intelek.

3. **Suara (bunyi-bunyian):** Bunyi apa saja yang bisa didengar ataupun tidak di sekitar kegiatan retorika itu akan mengganggu dalam penyampaian dan penerimaan pesan. Bunyi itu mungkin berasal dari luar konteks yang paling dekat seperti, suara mobil, teriakan anak-anak, hembusan angin ataupun hujan. Maupun suara yang berasal dari dalam konteks yang bersangkutan seperti audiens yang mengobrol, gangguan udara pada mikropon, gemersik kertas, kata-kata klise dan prasangka dalam pikiran pembicara atau pendengar, kacamata hitam yang dipakai untuk menghalangi pandangan hadirin terhadap mata kita yang melihat teks saat pembacaan pesan yang dikomunikasikan, podium yang menghalangi penglihatan audiens terhadap gerak kita dan kecemasan yang timbul pada diri pembicara juga bisa dianggap sebagai suatu gangguan bunyi (*noise band*).
4. **Pesan dan salurannya:** Pesan yang kita sampaikan selalu mengandung makna yang dibangun oleh adanya isi (*content*) dan lambang (*symbol*). Isi komunikasi dimaksud tidak lain adalah apa yang kita pikirkan atau buah pikiran yang akan kita sampaikan, sedangkan lambang yang paling utama untuk melukiskan buah pikiran itu adalah bahasa, dan umumnya bahasa dikemukakan dalam bentuk untaian kata-kata. Dalam hal pemilihan kata perlu diketahui bahwa setiap kata selalu mengandung dua pengertian, yaitu: pengertian denotatif yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus (arti kata) dan pengertian.

Konotatif yang mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu (makna buah pikiran atau maksud penyampaian). Sedangkan saluran yang dimaksud adalah medium yang meneruskan pesan bermakna dari pengirim kepada penerimanya.

5. **Akibat:** Berhasil atau tidaknya suatu pidato tergantung pada interaksi antara pembicara dan informasi lain yang dimiliki audiens. Karenanya jika menginginkan menjadi pembicara yang efektif maka harus mengetahui informasi, sikap dan kepercayaan yang dimiliki hadirin terhadap tema pidato. Kredibilitas akan mempengaruhi cara hadirin dalam memahami pidato kita dan dalam hal ini Carl Hovland menyatakan bahwa berhasil atau tidaknya orator dalam berpidato tergantung pada: maksud si pembicara pidato, kejujuran si pembicara, kedudukan dan tanggung jawab sosial pembicara, pengalaman si pembicara, pandangan si pembicara mengenai hal-hal yang aktual. Dengan demikian akibat dari proses retorika itu merupakan *feedback* pidato yang belum tentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai pembicara. Dalam hal ketidaksesuaian ini diperlukan perubahan strategi, teknik dan taktik.
6. **Konteks:** Antara pembicara dan pendengar, beroperasi dalam suatu konteks yang meliputi dimensi lingkungan sosial secara fisik dan psikis. Konteks sangat berperan dalam kegiatan retorika. Konteks selalu menimbulkan pengaruh yang berarti bagi berlangsungnya retorika dan karena perlu dianalisis serta diatur adanya dalam setiap situasi retorika (Suhandang, 2009: 52-73).

### 2.2.3 Pembagian Retorika

Pembagian retorika (Hendrikus, 1993: 16-17) antara lain:

1. **Monologika:** Adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, yaitu hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah dan deklamasi.

2. Dialogika: Adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, di mana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dialogika yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.
3. Pembinaan Teknik Bicara: Efektivitas monologika dan dialogika tergantung pada teknik bicara. Oleh karena itu teknik bicara ini merupakan bagian yang penting dalam retorika. Perhatian ini lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita.

### **2.3. Komunikasi Pariwisata**

Pariwisata berasal dari kata “pari” yang artinya bersama dan “wisata” yang artinya perjalanan, maka pengertian pariwisata yaitu suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu, dilakukan dari tempat satu menuju tempat yang lain. Dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan, tetapi bukan maksud untuk mencari nafkah dan tempat tinggal. Tetapi hanya sekedar untuk menikmati kegiatan tamasya atau rekreasi untuk memenuhi keinginan (Kodhyat, 1998, p.28).

Jadi, pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari tempat satu ketempat yang lain. Dalam kurun waktu yang sementara dengan maksud untuk berkunjung, berwisata dan menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi untuk memenuhi kebutuhan (Yoeti, 1982, p.58).

Pariwisata mengonsepan dirinya sebagai produk bisnis modern, yang mana produk pariwisata didesain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, tempat rekreasi, seni dan budaya dalam bentuk paket wisata yang menarik dan mengesankan. Pariwisata saat ini bersentuhan dengan sektor-sektor bisnis, karena pariwisata saat ini merupakan produk yang dijualkan kepada orang luar (Bungin, 2015, p.82).

Pariwisata pada saat ini dapat diklasifikasikan dalam beberapa komponen yaitu: Destinasi, Transportasi, Pemasaran Pariwisata dan Sumber Daya. Pemerintah Indonesia dalam UU No 10 Tahun 2009 mengklasifikasikan pariwisata kedalam beberapa komponen yaitu, Industri Pariwisata, Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Kelembagaan Pariwisata. Komunikasi dapat membantu kegiatan dalam pemasaran pariwisata diberbagai elemen pemasaran. Sehubungan dengan itu semua, baik pada komponen maupun elemen-elemen dalam pariwisata. Komunikasi sangat berperan dalam hal tersebut, peran komunikasi bukan hanya pada komponen pemasaran saja. Akan tetapi mencakup juga dalam kegiatan komunikasi dalam aksesibilitas, destinasi dan sumber daya manusia kepada wisatawan.

Perkembangan komunikasi pariwisata didasari dari disiplin ilmu dalam satu kajiannya itu tentang komunikasi dan pariwisata. Terdapat hubungan antara kajian-kajian komunikasi dan pariwisata. Teori-teori komunikasi persuasive, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok disumbangkan oleh komunikasi, sedangkan pariwisata menyumbangkan field kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan sumber daya manusia serta kelembagaan kepariwisataan (Bungin, 2015:84).

Burhan Bungin (2015:76) menjelaskan bahwa Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian. Bidang-bidang kajian ini akan terus mengalami pengembangan seiring berjalannya waktu dan berkembang pula nantinya kompleksitas kajian dikomunikasi pariwisata. Bidang kajian komunikasi pariwisata adalah sebagai berikut:

1. **Komunikasi Pemasaran Pariwisata:** yaitu bidang yang mengkaji mengenai komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism communication marketing*), bidang ini mengkaji secara keseluruhan tentang pariwisata dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan konsep *marketing mix* dalam hal komunikasi pemasaran pariwisata. Bidang kajian ini secara utuh mengkaji tentang komunikasi pemasaran pariwisata dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap.



2. **Brand Destinasi:** yaitu bidang kajian yang mengkaji *brand* destinasi. *Brand* destinasi adalah media dan pesan itu sendiri, didalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya didalam konteks pemasaran pariwisata.
3. **Manajemen Komunikasi Pariwisata:** bidang kajian ini menjelaskan penerapan manajemen dibidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana manajemen pemasaran pariwisata, manajemen destinasi, manajemen aksesibilitas dan manajemen sumber daya manusia serta kelembagaan pariwisata. Selain itu juga menjelaskan bagaimana peran pimpinan dan *leadership*, bagaimana manajemen orang-orang, manajemen anggaran dan manajemen alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata.

## 2.4. *Public speaking*

### 2.4.1 Sejarah *Public speaking*

Dahulu *public speaking* dikenal sebagai retorika. Retorika (*retoric*) biasanya disinonimkan dengan seni atau kepandaian berpidato, sedangkan tujuannya adalah menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka mengikuti kehendak kita (Saifudin Zuhri, *Public speaking* 2010:2).

Menurut Aristoteles yang dikutip oleh saifud dinzuhri, dalam retorika terdapat tiga bagian:

1. Ethos (ethical): Yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi.
2. Pathos (emosional): Yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan “Psikologimassa”.
3. Logos (logikal): Yaitu pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara.

Zaman modern, di Prancis gerakan humanis memelahirkan penyair, pengarang, moralis yang terkenal sampai pada Revolusi Prancis. Mereka adalah Mirabeus. Dia adalah sosok yang terkenal sebagai ahli pidato atau

berbicara didepan *public*. Di Inggris, orang Inggris mempelajari retorika atau seni bicara secara sistematis dan mengembangkan dengan karakter tersendiri. Ilmu retorika di Inggris di pergunakan dalam usaha untuk memperluas kekuasaan Kerajaan Inggris. Pada abad ke-20, retorika mengambil manfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan modern, khususnya ilmu-ilmu perilaku seperti psikologi dan sosiologi. Istilah retorika mulai digeser *speech communication*, atau *oral communication* atau lebih dikenal dengan *public speaking* (Helena Olii, *Public speaking* 2007:3).

Pada abad pertengahan ilmu retorika (*public speaking*) dengan sebutan lain 'gaya berani berbicara' telah lahir sejak abad pertama. Savonarola adalah tokoh ilmu retorika atau *public speaking* di abad petengahan sebelum masehi(SM). Ajaran Savonarola yang terkenal ialah dialektika dan logika. Pada zaman Renaisans dan Humanisme pada abad-14 dan abad ke-16, berkembanglah Renaisans di Italia. Sejak saat itulah, muncul suatu pemahaman baru terhadap zaman Romawi dan Yunani kuno, sehingga ilmu retorika atau *public speaking* dikembangkan kembali. Pada era itu pula, buku - buku mengenai ilmu retorika atau *public speaking*, seni sastra, filsafat, dan pendidikan banyak diterbitkan. (Saifudin Zuhri, *Public speaking* 2010:5).

#### **2.4.2 Pengertian *Public speaking***

Secara etimologis, *public* menurut Kamus Inggris Indonesia, berarti "masyarakat umum". Sedangkan *speaking* "ialah berbicara, berpidato." Jadi *public speaking* dapat diartikan secara harfiah adalah berbicara atau berpidato dihadapan masyarakat umum.

"Menurut Sirait mendiskripsikan pengertian *public speaking* sebagai berikut: *public speaking* adalah rangkaian cara berfikir yang didasarkan dari seluruh talenta manusia atas pengalaman masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang dan dipadukan dengan etika, pola perilaku, ilmu pengetahuan, teknologi, budaya, analisis keadaan dan faktor lainnya." (Charles Bonar Sirait, *The Power Of Public speaking* 2013:102). *Public speaking* atau

komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking* dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun nama-namanya, komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka didepan khalayak yang lebih besar.

Komunikasi publik memiliki ciri bahwa pesan yang disampaikan itu tidak berlangsung secara spontanitas, tetapi terencana dan dipersiapkan lebih awal. (Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* 2005:41). *Public speaking* merupakan ilmu berbicara didepan umum, berani berbicara didepan publik, berbicara didepan publik/sejumlah orang/umum merupakan kegiatan yang pada dasarnya dilakukan dalam rangka komunikasi. Sedangkan pengertian lain dalam buku Tubagus Wahyu dimenjelaskan bahwa *public speaking* bukan hal yang bisa terjadi dengan sendirinya pada seseorang. Tetapi *public speaking* adalah sebuah ilmu yang kita semua sadari bahwa tidak akan mungkin sebuah ilmu itu dikuasai oleh seseorang kalau dia tidak menyiapkan waktu, menginvestasikan waktu untuk belajar. *Public speaking* adalah sebuah keterampilan yang diawali oleh sebuah pemahaman sebuah ilmu. (Tubagus Wahyudi, *The Secret of Public speaking era Konseptual* 2013:61).

Berdasarkan pengertian yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa *public speaking* merupakan seni atau keterampilan berbicara didepan umum dengan memperhatikan unsur-unsur yang ada didalam komunikasi agar informasi yang disampaikan pembicara dapat diterima dengan baik oleh pendengar. Dan *public speaking* merupakan rumpun keluarga dari ilmu komunikasi yang memberikan gambaran mengenai kemampuan seseorang untuk dapat berbicara didepan publik, kelompok maupun perseorangan dan merupakan metode untuk dapat berbicara didepan khalayak dengan baik dimulai dari kegiatan awal, kegiatan inti sampai kegiatan penutup.

### 2.4.3 Metode *Public speaking*

Menurut Helena Ollie dalam buku *Public speaking* ada empat metode *public speaking* yang dilakukan pembicara dalam pemilihan saat akan berlangsung *public speaking*, sebagai berikut:

1. Metodenaskah (Menuskrip): Naskahnya dibuat tertulis secara lengkap sesuai dengan apa yang akan disampaikan kepada *public*. Pembicara mengembangkan gagasan-gagasannya dalam kalimat-kalimat atau alinea-alinea. Bahkan ada pembicara tertentu menuliskan salam atau sapaan pembukaan dan salam saat penutupan. Cara demikian dilakukan agar tidak terjadi kekeliruan, karena setiap kata yang diucapkan dalam situasi resmi akan disebarluaskan dan dijadikan contoh bagi siapa saja yang akan mendengarkannya.
2. Metodemenghafal (memoriter): Cara ini sebenarnya lanjutan seperti membaca naskah. metode menghafal merupakan sebuah persiapan yang dilakukan oleh seorang pembicara dan naskah yang telah dipersiapkan sebelum dipresentasikan bukan untuk dibaca, melainkan untuk dihafal.
3. Metode spontanitas (Impromptu): Cara ini berbeda dengan kedua cara sebelumnya. Pembicaraan tidak menyiapkan naskah, atau tidak membaca naskah. Pembicara hanya memikirkan masalah pada apa yang akan dikemukakan. Biasanya dilakukan hanya oleh orang-orang yang akan tampil secara mendadak.
4. Metode penjabaran kerangka (ekstemporor) Metode penjabaran kerangka itu menjabarkan materi yang berpola secara lengkap. Maksud dari terpola yaitu materi yang akan disampaikan harus disiapkan garis-garis besar isinya dengan menuliskan hal-hal yang dianggap paling penting untuk disampaikan.

Menurut penulis, dari keempat metode dalam *public speaking* diatas terdapat kekuatan dan kelemahan masing-masing. Untuk itu seorang pembicara atau *public speaking* harus mampu menempatkan dan memilih metode mana yang harus digunakan tentunya hal ini disesuaikan dengan kecocokan dari masing-masing metode dan penyesuaian acara yang sedang berlangsung dalam artian

apakah perlu menggunakan naskah, kerangka, atau hafalan akan tetapi terlepas dari itu semua seorang pembicara harus memperhatikan dan mengutamakan *audiens* agar apa yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *audiens*.

#### **2.4.4 Instrumen Persuasive *Public speaking***

Yang dimaksud dengan instrument persuasive adalah elemen yang merupakan alat-alat dalam membantu seseorang *public speaker* melakukan persuasi, adalah sebagai berikut:

1. *Ice breaker*. Upaya untuk membuka sebuah penampilan disaat kita berbicara dengan membantu menciptakan suasana yang nyaman, suasana yang lebih membuat audiens percaya kepada kita. *Ice breaker* merupakan pelumas atau pembuka tabir jarak antara kita sebagai seorang pembicara dengan audiens.
2. *Energizer*: Merupakan poin-poin yang sama dengan *ice breaker*, hanya berbeda pada peletakannya. Sekalilagi, *energaizer* diletakan ditengah-tengah penampilan kita disaat menyampaikan materi. Kenapa harus ada *energaizer* disetiap penampilan atau dipertengahan pembicaraan.
3. *Closingpower*: yaitu penutup yang berisi:
  - Kesimpulan-kesimpulan
  - Ajakan-ajakan dan motivasi
  - Kata-kata bijak atau mungkin kita bisa mengutip ayat suci
  - Sebutkan tujuan hidup yang baik, benar, dan bagus, yang berkaitan dengan materi yang baru saja kita sampaikan. Sekaligus mungkin kita tambahkan kata-kata mutiara, lalu kita akhiri dengan *Closing power* kita dengan saran, berterimakasih kepada audiens, dan kita menyampaikan salam. Sampaikanlah pula dimana dan dengan cara apa audiens bisa menghubungi kita kemudian hari.

## 2.5. Studi Fenomenologi

Pemikiran Alfred Schutz tentang fenomenologi dipengaruhi oleh dua tokoh yaitu Edmund Husserl dan Max Weber dengan tindakan sosial, pemikiran dua tokoh ini sangat kental dalam teori Alfred Schutz tentang pengetahuan dan pengalaman intersubjektif dalam kehidupan sehari-hari yang melacak karakteristik kesadaran manusia yang sangat fundamental, dengan memperlihatkan korelasi antara fenomenologi Transendental (Edmund Husserl) dan *verstehende soziologia* (Max Weber).

Karena Schutz memandang bahwa keseharian sosial sebagai sesuatu yang intersubjektif. Fenomenologi yang dipelajari adalah dunia kehidupan sosial (*lifeworld*) seperti yang biasa kita alami, tanpa proses berfikir, tanpa konsep, teori dan kategori. Penelitian fenomenologi berusaha memahami kehidupan atau makna dan pengalaman serta mencoba menggambarkan serta memberi interpretasi atas makna pada kebiasaan yang muncul atas kesadaran, bahasa, pengetahuan, dan perasaan yang diketahuinya (Given, 2008: 614).

Penelitian ini terfokus implementasi Ilmu *public speaking* yang dilakukan oleh Muli- Mekhanai Kota Bandar Lampung dalam ajang pemilihan Muli- Mekhanai tahun 2019 di Kota Bandar Lampung. Fenomenologi juga menegaskan bahwa melalui interpretasi atas pengalaman pulalah, individu memperoleh pemahaman tentang dunia. Penegasann ini sesuai dengan pernyataan yang menjelaskan bahwa”.. phenomenological tradition assume that people actively interpret their experience and come to understand the world by personal experience with it” (Littlejohn dan Foss, 2005:38). Sedangkan interpretasi dijelaskan sebagai “... an active process of the mind, a creative act of clarifying personal experience” (Littlejohn dan Foss, 2005:39) Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Segala sesuatu yang didapat seseorang adalah yang dialaminya. Stanley Deetz dalam Morisson& Corry (2009:31) mengungkapkan tiga prinsip dasar fenomenologi, yaitu:

1. Pengetahuan adalah kesadaran, yaitu pengetahuan ditemukan langsung dari kesadaran.
2. Makna dari sesuatu ditentukan oleh sejauh mana hubungan sesuatu dengan objek.
3. Bahasa adalah alat „kesadaran makna (vehicle meaning) Tradisi fenomenologi berkembang di Eropa dimulai pada abad ke XVIII, Johann Heinrich Lambert adalah orang pertama kali menggunakan istilah “fenomenologi”. Dikembangkan Immanuel Kant sebagai ilmu untuk menggambarkan kesadaran. Kemudian Hegel mempelajari

Fenomenologi yang terfokus pada evaluasi kesadaran diri. Fenomenologi merupakan strategi kualitatif yang digunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi esensi dari pengalaman manusia mengenai suatu fenomena (Creswell, 2009: 13).

Menurut John W. Creswell (2009: 13), menggunakan fenomenologi dalam penelitian berarti mengesampingkan pengalaman peneliti sendiri untuk dapat mengerti pengalaman subjek penelitian. Pada prosedur fenomenologi, peneliti mempelajari subjek yang jumlahnya tidak begitu banyak untuk mendapatkan pengembangan pola dan hubungan dari makna. Makna akan didapatkan dari pengalaman-pengalaman individu terhadap suatu fenomena.

Tokoh utama dari fenomenologi adalah Edmund Husserl, seorang filsuf dari Jerman. Husserl menjelaskan bahwa tugas utama dari fenomenologi adalah menjalin ketertarikan manusia dengan realitas (Daulay, 2010). Terdapat beberapa tahapan penelitian fenomenologi menurut Husserl (dalam Kuswarno, 2009: 48-53) yaitu:

1. Epoche, yang mana merupakan pemutusan hubungan dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti terhadap objek atau fenomena yang tengah diteliti. Epoche memberikan cara pandang baru terhadap objek sehingga peneliti dapat menciptakan ide, perasaan, kesadaran, dan pemahaman yang baru.

2. Reduksi fenomenologi, yang mana adalah langkah awal untuk “menurnikan” objek dari pengalaman dan prasangka awal yang nantinya akan menjelaskan dalam susunan bahasa bagaimana objek itu terlihat. Reduksi fenomenologi menjadikan peneliti untuk kembali pada “diri” sendiri dan membuat makna secara sadar. Reduksi fenomenologi ini pun memiliki tahapan, yaitu:
3. *Bracketing*, proses menempatkan fenomena dalam tanda kurung dan memisahkan hal-hal yang dapat mengganggu untuk memunculkan kemurniannya. 1. *Horizontalizing*, membandingkan dengan persepsi orang lain mengenai fenomena yang diamati dan juga mengoreksi atau melengkapi proses *bracketing*. 2. *Horizon*, proses menemukan esensi dari fenomena yang murni atau sudah terlepas dari persepsi orang lain. Mengelompokkan horizon-horizon ke dalam tema-tema tertentu dan mengorganisasikannya ke dalam deskripsi tekstural dari fenomena yang relevan.
4. Variasi imajinasi, yaitu mencari makna-makna yang mungkin dengan memanfaatkan imajinasi, kerangka rujukan, pemisahan dan pembalikan, dan pendekatan terhadap fenomena dari perspektif, posisi, peranan, dan fungsi yang berbeda.
5. Sintesis makna dan esensi, yaitu integrasi intuitif dasar-dasar deskripsi tekstural dan structural ke dalam suatu pernyataan yang menggambarkan hakikat dan fenomena secara keseluruhan. Maka dari itu, tahap ini merupakan tahap penegakkan pengetahuan mengenai hakikat.

Fenomenologi berupaya mengungkapkan makna yang didapatkan dari pengalaman seseorang. Makna tentang suatu fenomena yang dialami seseorang bergantung pada bagaimana seseorang berhubungan dengan fenomena tersebut. Merujuk pada pernyataan Alfred Schütz (dalam Hasbiansyah, 2005) mengenai fenomenologi, proses pemaknaan berawal dari proses penginderaan, proses pengalaman yang terus berkesinambungan. Makna akan muncul ketika dihubungkan dengan pengalaman-pengalaman yang dirasakan sebelumnya.



### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Kriyantono (2009:58) pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam suatu riset atau penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena dengan penjelasan yang mendalam. Dengan melakukan pengumpulan berbagai data, dalam penelitian ini penulis akan menggali secara mendalam tentang bagaimana Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung mengimplementasikan ilmu *public speaking* dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019.

Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang dikumpulkan penulis adalah berupa kata-kata, lisan, tulisan, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut didapatkan dari naskah hasil wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, *recorder*, dan beberapa dokumen yang lain. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran menyeluruh tentang implementasi Ilmu *public speaking* yang dilakukan oleh Muli- Mekhanai Kota Bandar Lampung dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai tahun 2019 di Kota Bandar Lampung.

#### 3.2. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe analisis deskriptif, yakni dalam artian penelitian ini akan memberikan gambaran secara terperinci tentang suatu fenomena yang terjadi pada

seseorang atau kelompok tertentu mengenai keadaan dan gejala yang terjadi dan dianalisis dengan perspektif teori yang digunakan. Menurut Kriyantono (2009:39) menjelaskan bahwa, tipe penelitian analisis deskriptif adalah suatu prosedur penelitian yang menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan pada fakta-fakta yang ditemukan (*fact finding*).

Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan mengenai bagaimana Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung mengimplementasikan ilmu *public speaking* dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019. Disisi lain penelitian ini termasuk sebagai penelitian dengan tipe analisis deskriptif yaitu dengan menggambarkan, menyajikan dan menganalisis fakta secara sistematis tentang keadaan objek penelitian yang sebenarnya mengenai implementasi *public speaking* yang dilakukan oleh Muli-Mekhanai dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019 .

### **3.3. Metode Penelitian**

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan desain studi fenomenologi. Menurut Moleong (2012:27) metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini ingin mengungkap fenomena yang ada terkait ajang pemilihan muli mekhanai dengan melihat pengimplementasian *public speaking* yang dilakukan oleh para muli mekhanai, fenomenologi mempelajari struktur pengalaman dan kesadaran. Struktur kesadaran dalam pengalaman ini akhirnya membentuk makna dan menentukan isi dari pengalaman (*content of experience*).

Fenomenologi juga bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang menempel pada manusia tersebut (Kuswarno, 2009: 35). Kegiatan utama dalam penelitian fenomenologi ini adalah membuat catatan-catatan naratif dan wawancara mendalam dengan informan.

Desain studi dari penelitian ini adalah dengan pendekatan fenomenologis. Pendekatan fenomenologi menurut Creswell (dalam Rahmat, 2009:32) adalah menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini biasa disebut *epoche* (jangka waktu). Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari atau kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Tujuan utama dari studi fenomenologi adalah mereduksi pengalaman individual untuk mendapatkan hal yang esensial (mendasar) terkait fenomena (Giorgi & Giorgi, 2003:74).

Disisi lain, penggunaan metode penelitian studi fenomenologi ini digunakan karena fenomena dalam penelitian ini sedang berlangsung bukan fenomena yang sudah lalu, karena fenomena yang terjadi saat ini dilihat dari kemampuan dari masyarakat untuk melihat sebuah kejadian yang sedang berlangsung. Fenomena yang saat ini terjadi mengenai Muli-Mekhanai yaitu, dimana masyarakat menanggap bahwa *icon* serta merupakan pemuda dan pemudi pilihan yang memiliki kemampuan khususnya dalam berkomunikasi, karena Muli-Mekhanai diharapkan dapat memberikan pesan positif kepada pemuda dan pemudi di Provinsi Lampung. Tidak hanya itu Muli-Mekhanai juga dituntut untuk kreatif, inovatif dan solutif dan kredibilitas tinggi ialah sosok Muli-Mekhanai. Untuk itu penelitian ini hendak membuktikan, seberapa jauh kemampuan Muli-Mekhanai tersebut dalam mengimplementasikan ilmu *Public speaking* dalam ajang pemilihan Muli-Mekhanai di Kota Bandar Lampung.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai sumber data yang diperoleh penulis dalam penelitian ini terbagi atas dua sumber, yaitu:

#### 1. Data Primer

- a. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data utama yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis kepada narasumber atau informan. Dengan membuat panduan wawancara yang didalamnya berisi tentang pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan.
- b. Observasi, merupakan prosedur atau teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat, mengamati dan mencatat mengenai perilaku objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan observasi secara prosedur dalam suatu penelitian ilmiah, namun yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan melihat beberapa unsur media sosial dari akun instagram Ikatan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung (IMKOBAL).
- c. Dokumentasi, Dokumentasi adalah merupakan pengumpulan data primer yang dilakukan dengan pengambilan gambar. Dari hasil wawancara, pengamatan dan catatan-catatan yang telah penulis lakukan, penulis akan mendokumentasikan sebagai bukti yang relevan dan menjadi data pendukung dalam penelitian ini.

#### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapat dari sumber lain diluar dari penulis melakukan turun lapang dalam penelitian, dalam hal ini data sekunder didapatkan penulis melalui sumber bacaan, literatur berupa buku dan jurnal-jurnal hingga sumber lainnya. Tujuan penulis menggunakan data sekunder adalah untuk memperkuat dan melengkapi data, yang sebelumnya penulis kumpulkan melalui wawancara dan observasi. Sehingga data sekunder akan dapat menjadi penunjang dan

juga dapat dijadikan data untuk memverifikasi data primer misalnya arsip surat menyurat, arsip dokumentasi dan lain sebagainya.

### **3.5. Teknik Penentuan Informan**

Informan merupakan orang yang menjadi narasumber dan diwawancarai oleh penulis dalam pengumpulan data primer, informan adalah orang yang mengetahui, menguasai dan memahami tentang informasi, maupun fakta dari suatu topik penelitian (Bungin, 2015:82).

Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* yaitu informan dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang ditentukan oleh penulis (Kriyantono, 2009:110). Pemilihan informan dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yaitu anggota Ikatan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019, Dalam hal ini kriteria informan yang ditetapkan oleh peneliti yaitu :

1. Informan merupakan anggota ikatan Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019.
2. Informan harus bersedia di mintai informasi dan memiliki banyak waktu.
3. Informan masuk dalam jajaran 10 besar finalis Muli-Mekhanai Kota Bandar Lampung tahun 2019.
4. Informan Muli-Mekhanai yang mengikuti rangkaian karantina pembelajaran sebelum ajang final pemilihan Muli-Mekhanai tahun 2019.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan kegiatan untuk menganalisis berbagai data yang telah didapatkan, analisis sering disebut juga sebagai kegiatan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan memberi katagori. agar menjadi bagian-bagian. Sehingga akan memperoleh suatu temuan dan menjawab rumusan masalah yang diajukan.

Dalam penerapannya seluruh hasil data yang diperoleh dari penelitian ini, selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe deskriptif. Tujuannya untuk memberikan gambaran mengenai permasalahan dalam penelitian serta dikembangkan berdasarkan teori. Dalam penelitian kualitatif data yang didapatkan berupa kata-kata, kalimat ataupun narasi, data tersebut diperoleh dari wawancara ataupun observasi (Sugiono, 2008:97). Dalam penelitian ini, teknis analisis data yang dilakukan penulis menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiono, 2008:89) yaitu:

1. Reduksi data, merupakan proses pemilihan, menyederhanakan, mengabstrakkan dan melakukan perubahan terhadap data kasar. Reduksi yaitu proses penyederhanaan hasil data agar memberikan kemudahan dalam membuat kesimpulan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan penulis dengan cara menyeleksi dan pengumpulan informasi dari hasil wawancara terhadap informan. Yang sesuai dengan topik penelitian ini.
2. Penyajian data, yaitu tahap dimana hasil data yang diperoleh, mengenai seluruh permasalahan penelitian dilakukan pemilihan antara mana yang dibutuhkan dengan yang tidak, selanjutnya data tersebut dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah. Setelah pengelompokan tersebut diharapkan dapat memberikan kejelasan dan mana data pendukung. Dalam hal ini, data yang telah di himpun akan disajikan oleh dalam bentuk deskriptif, tabel ataupun gambar. Kemudian dianalisis dengan perspektif dan konsep-konsep teoritis, sesuai dengan rumusan masalah penelitian.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*). dalam hal ini penarikan kesimpulan yang dikemukakan di awal masih bersifat sementara, akan bisa berubah apabila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dalam penelitian ini, tahap penarikan kesimpulan dilakukan setelah penulis menyajikan data penelitian dalam pembahasan, kemudian penulis akan mengambil kesimpulan, berdasarkan rumusan masalah.

### 3.7. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan triangulasi dalam melakukan teknik keabsahan data. Triangulasi merupakan proses pemeriksaan data yang didapatkan, dilakukan dengan mengecek data di luar data primer tujuannya sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moelong, 2012, p.42). Teknik triangulasi dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber data, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Adapun cara-cara yang akan dilakukan penulis dalam melakukan triangulasi, yaitu:

1. Membandingkan data hasil dari wawancara dengan data hasil pengamatan.
2. Membandingkan data dengan apa yang dikatakan oleh informan secara umum dihadapan khalayak dengan apa yang dikatakan secara empat mata.

## V. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

*Ice breaker* dijadikan sarana bagi muli mekhanai sebagai pelumas untuk sarana pintu masuk bagi muli mekhanai memperkenalkan pribadi serta informasi yang akan dibawa kepada audines. Muli mekhanai menggunakan salam sapa budaya seperti bahasa Tabikpun untuk sarana pembuka kepada audiens. Selain itu bahasa perkenalan yang digunakan oleh muli mekhanai menggunakan bahasa daerah Lampung hal ini digunakan sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan dan melestarikan adat budaya khususnya pada bahasa Lampung. Karena Bahasa Lampung dirasakan sebagai salah satu sarana menguatkan identitas budaya untuk muli mekhanai atau duta wisata Lampung.

*Energizer*: pada energizer sendiri dipergunakan oleh muli mekhanai sebagai salah satu cara untuk menyampaikan sebuah tujuan dalam pembicaraan yang akan disampaikan. Dalam persiapan untuk energizer, muli mekhanai membutuhkan waktu tujuh hingga sepuluh hari untuk mempersiapkan naskah yang diperuntukan bagi audiens, dalam penyusunan naskah sendiri mereka melalui karantina dengan mempelajari beberapa keilmuan terkait pariwisata, budaya, bahasa serta sistem pemerintahan sehingga informasi yang diberikan akan bersifat kredibel dan terpercaya. Dalam penyampaian informasi tersebut muli mekhanai juga telah melalui beberapa pembelajaran terkait *public*



*speaking* yang diberikan oleh pengajar yang konsen dibidang tersebut, hal ini dilakukan demi terciptanya informasi yang akurat dan penyampaian yang baik kepada audiens. Selain itu *public speaking* ini digunakan muli mekhanai pada ajang pemilihan dan acara tertentu yang berkaitan dengan pariwisata dan pengenalan produk wisata yang ada di kota Bandar Lampung, baik pada wisata hiburan yang menysar pada kaum milenial serta wisata alam yang berkaitan dengan ketersediaan alam sekitar, selain itu juga terdapat wisata buatan yang berkaitan langsung pada wisata yang dibentuk oleh pelaku usaha wisata. Pada sisi lain energizer digunakan pada muli mekhanai pada saat penempatan dan pertengahan dalam memberikan pesan dan informasi kepada audiens.

***Closing power:*** tersebut sebagai keunggulan pesan yang disampaikan, selain kemasan pesan pada energizer muli mekhanai juga menitikberatkan pada closingpower yang memiliki kekuatan pesan yang dapat diunggulkan atau didengar oleh para audiens. Selain itu beberapa muli mekhanai termasuk informan yang telah menjadi narasumber pada penelitian ini menyadari bahwa *Closing power* merupakan penyampaian salam penutup yang harus dikemas dengan baik, serta didalamnya harus memiliki pesan moral yang dapat menjadi penilaian terakhir bagi audiens ketika mendengarkan pesan dan informasi yang telah diberikan sebelumnya. Selain itu permintaan maaf serta kritik dan saran dibuka seluas-luasnya oleh muli mekhanai sebagai bentuk pembelajaran di masa yang akan datang, karena setiap muli mekhanai menyadari masih perlu banyak waktu dan pembelajaran yang banyak untuk lebih memahami materi serta penyampaian yang lebih baik.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Untuk memaksimalkan kemampuan *public speaking* Muli-Mekhanai, diharapkan Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung terus melakukan pelatihan *public speaking* secara berkelanjutan. Agar menciptakan sumber daya manusia yang berkompeten serta kreatif, yang dapat bersinergi bersama masyarakat untuk mengembangkan Pariwisata Kota Bandar Lampung.
2. Karena melihat kecanggihan teknologi hari ini yang semakin maju, diharapkan agar Muli-mekhanai juga dapat memaksimalkan media digital untuk melakukan kampanye dalam menyebarkan pesan positif kepada generasi muda di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk penelitian ini, Saran yang penulis berikan adalah karena penelitian ini hanya membahas tentang implementasi ilmu *public speaking*, dan mengabaikan proses monitor, kontrol dan evaluasi maka disarankan untuk penelitian dengan topik tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yunus. 2013. *Pembelajaran Bahas Berbasis Pendidikan Karakter*, Bandung: Refika Aditama.
- Bungin, Burhan 2015, *Metode penelitian sosial*. Jakarta: Kencana pranada media group
- Cangara, Hafied. 2005, *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Creswell, Jhon w. 2009 *Pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Daulay, Murni. 2010. *Metodelogi Penelitian*. Medan: USU Press
- Effendy, Onong Uchana. 1997. *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktek*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Giorgi, A. P. 2003. *Deskriptif Psikologi Komunikasi*. Amerika: psikologi Asosiation.
- Hendriku, P dori. 1993. *Retorika*. Yogyakarta: Kanisus
- H. Kohdyat. 1998, *Sejarah Pariwisata dan perkembanganya*. Jakarta: grasindo
- Kusworo, Engkus. 2009. *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya padjajaran.
- Krosyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Prastik Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Kuswarno, Engkus 2009. *Metodelogi Penelitian komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Olii, Helena. 2008, *Public speaking*. Jakarta: PT Indeks
- Samaeng, Andi Mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka

- Suhandang, Kustadi 2009, *Retorika Strategi dan Taktik*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Soebadio, Haryati. 2010. *Sejarah Daerah Lampung*. Lampung: Penerbit Balai Pustaka.
- Tubagus Wahyudi.2013 *The Secret of Public speaking era Konseptual*, Jakarta: PT Indeks.
- Yoeti. O.A, 1982, *Perencanaan Strategi Pemasaran daerah tujuan wisata*. Jakarta : Pt Pradiyanata.
- Zuhri, Saifudin. 2010, *Public speaking*, Yogyakarta: graha Ilmu.

### **Jurnal**

- Heini, T. M., & Heikki, K. (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 635-636.
- Jarvinen, J., Tollinen, A., Karjaluoto, H., & Jayawardhena, C. (2012). Digital and Social Media Marketing Usage in B2B Industrial Sector. *Marketing Management Journal*, 102-117.
- Rahardjo, Mudjia. 2017. *Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. Kearsipan Pasca Sarjana. UIN Maulana Malik Ibrahim. (Diakses pada hari Sabtu, 21 September 2019. Pukul. 14.27).
- Rahma, Femi Nadia dan Herniwati Retno Handayani. 2013. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Obyek Wisata Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Kudus*. Diponegoro Journal of Economic. Volume 2, No. 2. (Diakses pada hari Senin, 23 September 2019. Pukul. 11.10).

### **Lain-Lain**

- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1
- Data (TDUP) Tanda Daftar Usaha Pariwisata tahun 2019, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandar Lampung.
- Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara tahun 2019 (Kurun waktu 2014-2019), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandar Lampung.
- Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 03 Tahun 2017. Pdf