

Retorika Pidato *Celebrity* Maudy Ayunda sebagai Juru Bicara Presidensi G20

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v6i1.206>

Riska Afrianti^{1*}, Xenia Angelica Wijayanto¹, Lestari Nurhajati¹

¹Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

Jl. KH. Mas Mansyur Kav. 35, Jakarta 10220 - Indonesia

*e-mail korespondensi: riska.a@lspr.edu

Submitted: 26/01/2023, Revised: 13/03/2023, Accepted: 15/04/2023
Accredited by Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

Abstract

Indonesia holds the G20 Presidency, a cooperation forum consisting of 20 of the world's major economies, for the first time. Indonesia's presidency lasts for one year, from December 1, 2021, to November 30, 2022. The G20 is an international forum focused on economic and development policy coordination. As a grand event within the country itself, the government felt the need to carry out this activity massively and continuously and involve various existing parties. One of them involves Maudy Ayunda as one of the spokespersons for the G20 presidency. This study examines Maudy Ayunda's rhetorical ability as a spokesperson for the G20 Presidency from her speeches. The rhetoric theory assumes that rhetoric's success depends mainly on a speaker's ability. The success of delivering this speech cannot be separated from the material of the speech text and the public speaking ability of the messenger. This research uses a qualitative approach with Camper's rhetorical analysis method, which analyzes from the side of Ambiguity, Definition, Letter versus spirit, Conflicting, Assimilation, and Jurisdiction. The results of this study show that Maudy's second and sixth speeches have all elements of Camper's rhetorical analysis, while the other speeches only have a few elements. Maudy Ayunda has strength in the style of delivery both verbally and non-verbally.

Keywords: Rhetoric; Government Spokesperson; G20; Speech Script; Public Speaking.

Abstrak

Untuk pertama kalinya, Indonesia memegang Presidensi G20, sebuah forum kerja sama yang terdiri dari 20 ekonomi utama dunia. Kepresidenan Indonesia berlangsung selama satu tahun, mulai 1 Desember 2021 hingga 30 November 2022. G20 adalah forum internasional yang berfokus pada koordinasi kebijakan di bidang ekonomi dan pembangunan. Ini mewakili kekuatan ekonomi dan politik dunia, sebuah prestasi yang membanggakan. Sebagai sebuah perhelatan akbar, maka di dalam negeri sendiri, pemerintah merasa perlu untuk mengkampanyekan kegiatan ini secara masif dan terus menerus, dan melibatkan berbagai pihak yang ada. Salah satunya adalah dengan melibatkan Maudy Ayunda sebagai salah satu juru bicara presidensi G20. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan retorika Maudy Ayunda sebagai juru bicara Presidensi G20 dari berbagai pidato yang disampaikannya. Teori retorika selama ini memiliki beberapa asumsi bahwa keberhasilan retorika sangatlah bergantung pada kemampuan seorang pembicara. Kesuksesan menyampaikan pidato ini pun tak lepas dari materi teks pidato maupun kemampuan *public speaking* pembawa pesan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis retorika Camper, yang menganalisis dari sisi *Ambiguity*, *Definition*, *Letter versus spirit*, *Conflicting*, *Assimilation* dan *Jurisdiction*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pidato kedua dan keenam Maudy memiliki semua unsur dari enam analisis retorika Camper, sedangkan pidato yang lainnya hanya beberapa elemen saja. Maudy Ayunda memiliki kekuatan pada gaya penyampaian baik secara verbal maupun non-verbal.

Kata kunci: Retorika; Juru Bicara Pemerintah; G20; Naskah Pidato; *Public Speaking*.

PENDAHULUAN

Group of twenty (G20) adalah forum internasional yang berfokus pada koordinasi kebijakan di bidang ekonomi dan pembangunan. Forum ini beranggotakan negara-negara dengan perekonomian besar di dunia yang terdiri dari 19 negara dan satu lembaga Uni Eropa. Setiap tahun pada Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) akan ditetapkan negara yang akan menjadi tuan rumah (Presidensi) secara konsensus berdasarkan sistem rotasi kawasan (Kemenkeu, 2022).

Tahun 2022, Indonesia untuk pertama kalinya menggelar forum internasional G20 yang diselenggarakan mulai 1 Desember 2021 hingga 30 November 2022. Merupakan tantangan tersendiri bagi Indonesia menjadi tuan rumah perhelatan besar di tengah masa krisis multidimensional akibat pandemi Covid-19, namun menjadi suatu kesempatan besar juga bagi Indonesia untuk turut mendorong percepatan pemulihan kondisi dunia. Untuk itu, Presidensi G20 Indonesia mengusung tema "*Recover Together, Recover Stronger*", dengan menitikberatkan pada tiga sektor prioritas yaitu penguatan arsitektur kesehatan global, transformasi digital dan transisi energi (Kemlu, 2022).

Dikutip dari situs Bank Indonesia (2022), salah satu manfaat yang didapatkan Indonesia sebagai Presidensi G20 adalah membuat Indonesia menjadi bagian dari fokus perhatian dunia, khususnya bagi para pelaku ekonomi dan keuangan. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai titik awal pemulihan keyakinan pelaku ekonomi pasca pandemi, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk mewujudkan hal tersebut, Pemerintah Indonesia melibatkan berbagai pihak dan giat mengkampanyekan kegiatan Presidensi ini secara konsisten dan masif.

Menurut Rogers and Storey, kampanye adalah wujud aktivitas dari komunikasi yang dilakukan secara konsisten dan terencana di periode waktu tertentu dengan harapan mewujudkan hasil dalam suatu kelompok publik (Venus, 2019). Sebagai penunjang suatu kegiatan kampanye dibutuhkan peran seorang juru bicara (jubil) yang ahli dan mampu menyampaikan pesan-pesan kampanye kepada khalayak. Untuk memaksimalkan penyebaran informasi mengenai kegiatan presidensi G20 Indonesia, Pemerintah menunjuk juru bicara presidensi G20 Indonesia. Harapannya adalah dengan semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan memahami mengenai perhelatan presidensi G20, semakin besar pula dukungan masyarakat pada momen bersejarah ini.

Peran tim juru bicara menjadi penting karena mengingat kompleksnya isu-isu yang dibahas pada forum ini, sehingga posisi juru bicara tidak hanya dibebankan pada satu orang saja melainkan beberapa juru bicara yang mumpuni dalam bidangnya masing-masing. Dikutip dari situs Kominfo, peran juru bicara dilaksanakan oleh para pengampu (*chair* dan *co-chair*), namun untuk hal yang krusial penyampaian informasi diberikan langsung oleh Ketua Sherpa Track, yaitu Menteri Koordinator Bidang Perekonomian bersama dengan Menteri Luar Negeri dan Ketua Finance Track, Menteri Keuangan bersama dengan Gubernur Bank Indonesia (Kominfo, 2022).

Dalam keterangan pers di istana negara, Johnny G Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika memperkenalkan Maudy Ayunda sebagai juru bicara pemerintah untuk presidensi G20 Indonesia. Keterlibatan seorang selebriti telah memberikan pengaruh yang kuat pada opini publik (Jackson & Darrow, 2005). Penunjukan ini ditujukan untuk memperluas penyampaian informasi terutama bagi kalangan milenial dan generasi Z. Sebagai jubil, Maudy memiliki tugas untuk menyampaikan informasi mengenai pelaksanaan kegiatan konferensi tingkat tinggi G20 Indonesia, menyiapkan perkembangan pertemuan *working group*, *engagement group* dan *side event* pada G20 Indonesia secara rutin.

Penelitian ini berfokus pada peran Maudy Ayunda sebagai satu-satunya juru bicara presidensi G20 yang tidak berlatar belakang dari institusi pemerintah. Maudy adalah *millennial public figure* yang dikenal memiliki kemampuan akademis yang mumpuni, merupakan lulusan dari universitas ternama di luar negeri dan menguasai beberapa bahasa asing.

Penelitian terdahulu menyatakan dukungan selebriti menjadi kuat ketika mereka memiliki faktor keakraban dan kesukaan, namun jika seorang selebriti hanya memiliki keakraban tetapi tidak disukai, hal ini akan berdampak negatif, sebaliknya selebriti yang dipandang baik secara konsisten memiliki efek positif (Jackson, 2018). Kehadiran Maudy Ayunda sebagai figur yang dinilai memiliki citra positif dalam karir dan kehidupannya diharapkan mampu mendorong kegiatan sosialisasi dan promosi presidensi G20 Indonesia secara optimal, sehingga akhirnya bisa menimbulkan semangat bagi kalangan muda untuk turut berperan aktif dalam kegiatan ini.

Pemilihan seorang juru bicara erat kaitannya dengan kemampuan seseorang. *Public speaking* adalah komunikasi lisan di depan khalayak yang merupakan kombinasi dari keterampilan berbicara dan seni berbicara (Mufanti, Nimasari, Gestanti, 2017). Istilah *public speaking* sendiri merupakan

pengembangan dari retorika modern yang telah beradaptasi dengan ilmu perilaku seperti psikologi dan sosiologi pada abad ke-20 (Rajiyem, 2005). Teori retorika menjelaskan bahwa keberhasilannya sangat tergantung dari kemampuan seseorang untuk mempengaruhi dan membuat audiens percaya dengan ideologi mereka melalui bahasa atau apa yang mereka sampaikan (Suciati & Ambarini, 2018).

Penelitian sebelumnya banyak mengkaji keterlibatan dan manfaat selebriti sebagai juru bicara pada iklan layanan masyarakat, yang telah terbukti memiliki dampak positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat (Shead et al., 2010). Selebriti sebagai juru bicara juga dapat menjadi salah satu bagian strategi *public relations* politik pemerintah (Valdez & Dhani, 2021). Walaupun pada penelitian (Abu-Akel, Spitz & West, 2021) dinyatakan juru bicara selebriti paling kurang efektif dampaknya dalam mengajak masyarakat untuk bersedia membagikan kembali seruan-seruan mengenai protokol kesehatan, dibandingkan dengan pakar imunologi pada peringkat pertama dan juru bicara pemerintah itu sendiri. Penelitian sebelumnya berfokus melihat juru bicara selebriti dari segi fungsinya. Namun belum banyak kajian yang membahas mengenai materi teks yang juga merupakan bagian dari retorika, atau dengan kata lain melihat dari segi interpretasi atau pemaknaan naskah, bukan sekedar profesinya sebagai selebriti.

Penggunaan *public figure* sebagai *endorser product* dan *event* sudah banyak diteliti, dan hampir semuanya menyampaikan adanya pengaruh penggunaan *public figure* dengan minat konsumen maupun audiensnya (Fanggidae, 2020; Rini & Astuti, 2012; Gunawan, 2015). Sehingga kemudian menjadi tidak aneh, pemerintah Indonesia, dalam konteks presidensi G20, menggunakan *public figure* dalam hal ini selebriti untuk turut menjadi bagian dalam kegiatan resmi kenegaraan.

Penggunaan *public figure* ini kemudian dengan mudah diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat, serta mendukung sebuah kegiatan yang berskala nasional bahkan global. Latar belakang para *public figure* ini pun tidak menjadi yang utama, karena ternyata dalam sebuah riset yang dilakukan oleh Lee & Kwak (2016) menunjukkan, konsumen termasuk audiens tidak akan mempertimbangkan hal-hal yang berkaitan dengan moral maupun kemampuan kerja *public figure* atau selebriti yang melakukan proses *endorse*. Audiens cenderung menerima begitu saja kehadiran *public figure* tanpa mempelajari dan memperhatikan berbagai latar belakang mereka.

Penampilan *public figure* yang membawa pesan positif untuk kepentingan pemerintah, dalam waktu yang tepat, akan menjadi strategi yang membawa keberhasilan atas tujuan penggunaan *public figure* maupun selebriti tersebut. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian Bokemper et al. (2021) yang melihat pentingnya *timing* dan *endorsement* oleh *public figure* dalam kegiatan persetujuan penggunaan vaksin di masyarakat, sebagai bagian dari kebijakan pemerintah.

Sementara itu apabila kita membahas konsep media *darling*, maka tidak bisa dipungkiri bahwa media di Indonesia memberlakukan konsep media *darling* secara nyata. Retno Wulandari (2015) secara terang-terangan menulis buku mengenai tips bagaimana *public figure*, politikus dan lainnya bisa menjadi kesayangan media. Konsep media *darling* memang awalnya jarang dibahas di Indonesia, sampai kemunculan tokoh seperti Jokowi maupun Ahok dalam konteks komunikasi politik. Berbagai riset tentang bagaimana media kemudian menjadikan kedua tokoh tersebut, menjadi bahan tulisan berbagai media di Indonesia (Atmadja, 2014; Putri, 2016; Maria et al., 2020; Utomo, 2013). Meskipun sesungguhnya konsep media *darling* sudah banyak digunakan dan dibahas di berbagai media di luar negeri, terutama di Amerika (Jones, 2012; Jensen, 2012; Vance, 2010). Konsep ini nantinya menjadi menarik bila dikaitkan dengan penggunaan juru bicara pemerintah yang dianggap media *darling*, dan diharapkan mampu menyedot perhatian audiens.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini ingin melihat bagaimana retorika dibahas melalui tahapan penafsiran dalam video-video Maudy Ayunda sebagai juru bicara pemerintah dalam presidensi G20. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kemampuan retorika Maudy Ayunda sebagai juru bicara Presidensi G20 dari berbagai pidato yang disampaikannya.

KERANGKA TEORI

Pembahasan tentang retorika tentu tidak bisa dipisahkan dari Aristoteles, seorang filsuf dan ahli retorika Yunani. Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai proses menemukan sarana persuasi yang tersedia dengan menggunakan simbol untuk mencapai tujuan. Simbol adalah kata-kata, gambar dan perilaku yang menciptakan makna bagi orang lain. Dapat dikatakan strategi retorik adalah metode dan teknik yang digunakan pembicara untuk mencapai tujuan bicara mereka. Tujuannya adalah untuk membujuk komunikator memilih simbol (kata-kata dan pesan nonverbal termasuk gambar dan musik),

mengubah sikap, keyakinan, nilai atau perilaku pendengar. Aristoteles juga menjelaskan retorika sebagai seni, sebagai sistem yang bisa diajarkan. Retorika menawarkan saran yang sangat rinci kepada pembicara untuk menemukan, memahami, dan menerapkan setiap cara persuasi (Beebe, 2009).

Aristoteles mengawali dengan tiga poin utama penting dalam proses retorika, yakni Etos, Patos dan Logos. Ketika hal tersebut digunakan dalam berbagai kajian retorika baik untuk kepentingan politik, maupun non politik (Murthy & Gosal, 2016; Floyd-Lapp, 2014; Joerke, 2010). Meski demikian dalam prakteknya, metode analisisnya bisa sangat beragam tergantung dari tujuan penelitiannya itu sendiri. Setelah melihat dasar teori utama retorika tersebut, maka penelitian ini dilandaskan pada teori retorika yang dibangun oleh Martin Camper.

Camper menjelaskan teori mengenai bagaimana orang berdebat tentang teks yang dijabarkan melalui tahap-tahap penafsiran argumen atau stasis. Stasis adalah jenis pertanyaan yang dapat muncul sebagai titik sentral perselisihan dalam suatu perselisihan. Klasifikasi ini berlaku untuk perselisihan atas segala jenis dokumen tertulis dan bahkan ucapan. Camper juga berpendapat bahwa ada enam tahapan interpretatif yang mencakup berbagai kemungkinan masalah yang dapat menjadi pusat dari setiap perselisihan interpretatif. Keenam tahap ini menawarkan irisan perselisihan penafsiran yang cukup mengakar: dari pertanyaan tentang makna satu kata hingga pertanyaan tentang bagaimana sebuah teks dapat diterapkan dalam situasi baru. Tahapan tersebut terdiri dari ambiguitas, definisi, Huruf versus roh (*letter versus spirit*), bagian yang saling bertentangan, asimilasi, yurisdiksi (Camper, 2018).

Salah satu penerapan ilmu retorika yang menarik misalnya dilakukan oleh Koszowy, et al (2022) dengan menekankan daya tarik etos, karakter pembicara, yang dibangun di atas retorika Aristoteles. Dalam penelitiannya didapatkan gambaran bahwa teknik etika digunakan untuk mempengaruhi pendengar melalui komunikasi, di mana pembicara dapat membangun, tetapi juga menekankan, melemahkan atau merusak kredibilitas dan kepercayaan mereka sendiri atau orang lain. Secara khusus, penelitian tersebut menggunakan teori elemen etos Aristotelian yang mengidentifikasi kebijaksanaan praktis, kebajikan moral, dan niat baik sebagai komponen karakter pembicara, yang dapat didukung atau diserang. Penelitian tersebut kemudian mampu merumuskan pedoman umum tentang bagaimana memanfaatkan kerangka teoritis yang kaya untuk analisis praktik penggunaan bahasa.

Sementara itu penggunaan retorika dalam komunikasi politik menjadi tidak terpisahkan, bagaimanapun juga studi tentang retorika tentu merupakan usaha reflektif. Siapapun yang menulis tentang retorika juga menggunakan retorika. Meskipun hal ini tidak mudah, karena retorika politik tidak ada satu ilmu tertentu yang menjadi disiplin ilmu untuk pembahasannya. Retorika politik secara menyeluruh bekerja pada argumen politik, debat, komunikasi, atau wacana yang ada (Condor, 2013; Finlayson, 2012).

Secara khusus berbagai kajian menyebutkan bahwa retorika menjadi tidak terpisahkan dengan kegiatan komunikasi politik. Bahwa setiap kegiatan komunikasi politik tidak akan mungkin berjalan tanpa retorika politik. Bahkan retorika kemudian bisa diwujudkan dalam tindakan retorik yang koheren yang dimotivasi oleh keberanian moral dan pengorbanan diri dalam melayani orang lain yang dilakukan oleh seorang pemimpin, politikus, maupun pihak yang menyampaikan retorika tersebut (McNair, 2017; McPhail, 2020). Sehingga terminologi retorika yang awalnya bersifat netral, seringkali menjadi memiliki makna peyoratif, menjadi bermakna buruk atau negatif, ketika pihak penyampai pesan dalam bentuk retorika, tidak mampu memenuhi janji atas pesan yang disampaikannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis retorika Martin Camper (2018). Camper menyajikan metode retorik untuk memahami jenis ketidaksepakatan atas makna teks dan garis argumen yang ada. Pendekatan Camper berakar pada stases interpretatif yang telah lama terlupakan, yang awalnya dirancang oleh para guru retorika Yunani dan Romawi kuno untuk menciptakan argumen di ruang sidang mengenai makna dokumen hukum seperti surat wasiat, undang-undang, dan kontrak.

Dalam perkembangannya metode Camper bisa digunakan untuk penelitian retorika kontemporer di bidang bahasa, persuasi, dan kognisi, dan bisa untuk proses interpretatif di hampir semua konteks. Retorika pada dasarnya menggarisbawahi hubungan antara interpretasi teks, diskusi, dan argumentasi pada berbagai tingkatan. Camper menawarkan karakterisasi dari enam tahap: ambiguitas, definisi, huruf versus roh (*letter versus spirit*), bagian-bagian yang saling bertentangan (berkonflik), asimilasi, dan yurisdiksi. Masing-masing adalah jalur berbeda yang dapat dilalui oleh argumen atas dokumen tekstual (Susa, 2019). Secara umum model analisisnya bisa dilihat dalam Tabel 1:

Tabel 1. Modifikasi Metodologi Retorika Camper

Tahapan	Konteks
Ambiguitas	Pemaknaan ganda dalam suatu pernyataan.
Difinisi	Pengertian, ruang lingkup atau Batasan pada suatu istilah atau teks yang dipertanyakan.
<i>Letter versus spirit</i>	Pernyataan yang makna katanya bertentangan dengan maksud pembuat teks.
Kata yang Berkonflik	Inkonsistensi dalam pernyataan yang bertentangan satu sama lain pada keseluruhan teks.
Asimilasi	Interpretasi makna yang tidak ditemukan pada teks dapat diartikan dengan pendekatan logos (deduksi, induksi dan abduksi).
Yurisdiksi	Keabsahan penyampaian teks, audiens, waktu penyampaian, tempat disampaikan, tujuan, teks itu sendiri, genre, fakta, gaya penyampaian.

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Pada penelitian ini, ada enam teks pidato dan juga audio visual (Youtube) dari Maudy Ayunda yang menjadi satu-satunya juru bicara non pemerintah dalam kegiatan presidensi G-20 di Indonesia tahun 2022. Sosok Maudy Ayunda yang merupakan selebritis memang menjadi sorotan tersendiri ketika dia menjadi anggota kegiatan pemerintah yang bersifat sangat resmi (kenegaraan) dan bersifat internasional. Keenam pidato tersebut dipilih oleh peneliti secara acak, dengan beragam tema yang ada.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisa visual maupun teks dari enam video Maudy Ayunda saat berperan sebagai juru bicara pemerintah pada Presidensi G20 yang diambil secara acak. Tabel 2 memaparkan secara singkat hasil dari keenam tahapan *interpretative* Camper.

Ambiguitas muncul pada pidato 2, 5 dan 6. Seluruh video yang diamati memiliki definisi dan yurisdiksi yang lengkap. *Letter versus spirit* muncul di pidato 1, 2, 4, 5, hanya video 1 dan 6 yang tidak memiliki kata yang berkonflik. Asimilasi juga terlihat pada video Maudy kecuali video 3 dan 4. Dengan kata lain di video 2 dan 5 keduanya mengandung enam tahap penafsiran argumen menurut Camper.

Tabel 2. Hasil Analisa Video Maudy Ayunda

Tahapan	Pidato 1	Pidato 2	Pidato 3	Pidato 4	Pidato 5	Pidato 6
Ambiguitas	Tidak Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada	Ada
Definisi	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
<i>Letter versus spirit</i>	Ada	Ada	Tidak ada	Ada	Ada	Tidak Ada
Kata yang Berkonflik	Tidak Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Tidak Ada
Asimilasi	Ada	Ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada	Ada
Yurisdiksi	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Keenam Pidato Maudy Ayunda sebagai juru bicara Presidensi G20 Indonesia yang dipilih secara acak, masing-masing dilihat dari sisi enam tahapan yaitu ambiguitas, definisi, letter versus spirit, kata yang berkonflik, asimilasi, dan yuridiksi. Pada pidato pertama yang merupakan pidato perkenalan Maudy sebagai tim juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia, ada empat tahapan dalam teks dan konteks yang disampaikan oleh Maudy. Dua hal yang tidak tampak pada pidato ini adalah ambiguitas dan kata yang berkonflik. Maudy telah menjelaskan beberapa definisi umum mengenai kegiatan ini, misalnya pada paragraf ketiga disampaikan makna dari tema G20 Indonesia dengan kalimat:

“...karena itu tema yang diusung Presidensi G20 Indonesia adalah “*Recover Together, Recover Stronger*”. Indonesia mengajak seluruh dunia berkolaborasi, pulih bersama dari pandemi Covid-19 dan bersama tumbuh menjadi lebih kuat secara berkelanjutan”.

Dilanjutkan pemaparan pada paragraf berikutnya mengenai apa saja hal-hal yang akan dibahas atau menjadi fokus utama dari perhelatan ini. Penjelasan tersebut membantu memudahkan masyarakat awam untuk mengenal kegiatan G20 Indonesia. Dalam pidatonya, Maudy juga mengajak masyarakat serta media secara langsung untuk mendukung penyebaran informasi terkait G20 Indonesia.

“Teman-teman media dan sahabat G20 kerjasama juga dibutuhkan dari seluruh elemen masyarakat untuk mengkomunikasikan perkembangan kegiatan dan informasi G20 agar Indonesia dan dunia merasakan manfaat G20 dalam kehidupan sehari-hari,”

Melalui kalimat tersebut, secara tidak langsung telah menyiratkan tugasnya untuk memotivasi masyarakat khususnya millennial untuk memberikan dukungan pada kegiatan G20, walaupun belum diberikan batasan yang jelas, sejauh mana ruang lingkup penugasan Maudy Ayunda sebagai juru bicara.

Sementara pidato pertamanya ini tidak memiliki makna ambigu, namun pernyataan yang makna katanya bertentangan dengan maksud pembuat teks atau disebut *letter versus spirit* terlihat pada kalimat dalam pidatonya yaitu:

“Kita ingin seluruh masyarakat Indonesia dan dunia aktif berpartisipasi menyukseskan perhelatan besar ini. Dan saya *excited* ini momentum bersejarah, ini kesempatan Indonesia mendorong dunia untuk pulih dan bersama-sama atasi tantangan ekonomi global”.

Dilanjutkan dengan kalimat bagian akhir yakni:

“Teman-teman media dan sahabat G20 kerjasama juga dibutuhkan dari seluruh elemen masyarakat untuk mengkomunikasikan perkembangan kegiatan dan informasi G20 agar Indonesia dan dunia merasakan manfaat G20 dalam kehidupan sehari-hari.”

Merujuk pada Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), kata global memiliki makna secara menyeluruh, meliputi seluruh dunia, yang artinya cakupan dan bahasannya lebih besar, sementara berbeda dengan isu sehari-hari.

Poin berikutnya adalah asimilasi yaitu pemaknaan di luar teks yang ada. Pada video pertamanya ini diawali dengan pidato dari Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G Plate yang secara langsung memperkenalkan Maudy Ayunda sebagai juru bicara presidensi G20. Dipilihnya Maudy Ayunda dilihat oleh pemerintah atas beberapa pertimbangan, namun hal tersebut tidak muncul pada naskah pidato Maudy. Sebagian besar isi teksnya adalah ungkapan rasa terima kasih dan semangat atas dipilihnya sebagai juru bicara presidensi G20.

Dalam buku *A Concise Public Speaking Handbook* dijelaskan bahwa salah satu elemen penting dalam pembukaan suatu naskah pidato adalah *Credibility* atau membangun kredibilitas. Kredibilitas ini dirasa perlu disampaikan untuk membangun keyakinan audiens bahwa pembicara adalah orang yang tepat untuk menyampaikan materi yang akan didengar oleh audiensnya. Seseorang yang dinilai memiliki otoritas dan kompetensi akan memotivasi audiens untuk mendengarkan (Steven & Susan Beebe, 2014).

Bagian yuridiksi dari pidato pertama ini tergolong lengkap data yurudiksinya dengan detail: Sumber: Youtube Sekretariat Negara, Audiens: 137,391 views (4000 like, 0 dislike), waktu penyampaian: 31 Maret 2022, tempat disampaikan: Istana Kepresidenan Jakarta. Tujuan: Keterangan pers juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia: Pengenalan Jubir Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia. Teks didapat dari transkrip peneliti dari sumber youtube, genre: umum, ekonomi. Fakta: disahkan oleh sekretariat negara. Gaya penyampaian: semi-formal, nonverbal: ekspresi wajah; kontak mata; gerakan tubuh, verbal: artikulasi jelas, kecepatan bicara rata-rata cenderung lambat, dibawakan dengan tenang, menggunakan teknik jeda, menggunakan intonasi untuk memberikan penekanan pada beberapa bagian pernyataan.

Video kedua yang berfokus pada isu kesehatan global menyajikan pernyataan yang telah didefinisikan. Dalam buku *A Concise Public Speaking Handbook* dijelaskan, salah satu tujuan pembukaan pada pidato adalah untuk memberikan pratinjau ide utama yang akan dibahas dalam pidato, fungsinya adalah untuk mengorganisir pesan dan meningkatkan pemahaman pendengar (Beebe, 2014). Pada pidato kedua ini Maudy telah memaparkan ide utama tersebut sebagai ruang lingkup dari bahasan pidatonya pada kalimat:

“Setidaknya ada tiga agenda turunan yang dibahas dalam isu arsitektur kesehatan global, pertama menyelaraskan standar protokol kesehatan global, kedua membangun ketahanan sistem kesehatan global dan ketiga pembangunan pusat studi serta manufaktur untuk mencegah, menyiapkan dan merespon krisis kesehatan yang akan datang.”

Ada juga beberapa istilah bahasa asing dalam pidato ini yang telah dijabarkan maknanya oleh Maudy, misalnya pada kalimat:

“Kementerian Kesehatan Indonesia mengenalkan sistem verifikasi sertifikat vaksin universal atau *universal verifier vaccine certificate*, pendeknya... mudahnya kita sebut *universal verifier*. Sebuah portal khusus dari Kementerian Kesehatan yang mampu membaca data sertifikat vaksin negara lain. Portal ini berbasis web dan dibuat sesuai standar WHO, juga mudah digunakan di semua perangkat tanpa perlu mengganti QR Code yang sudah digunakan. Dengan sistem ini sertifikat digital vaksin pelaku perjalanan bisa terbaca di sistem negara lain.”

Beebe dalam bukunya yang berjudul *Public Speaking an Audience-Centered Approach* mengatakan bahwa seorang pembicara harus mengadaptasi isi pidatonya sesuai dengan audiensnya agar tercapai komunikasi yang efektif (Beebe, 2009). Melihat bahwa pidato ini ditujukan untuk masyarakat Indonesia pada khususnya, sehingga penting untuk menjabarkan hal-hal terutama dalam bahasa asing yang membutuhkan batasan definisi. Ambiguitas muncul pada awal pidato Maudy yaitu pada kalimat:

“Kesehatan masyarakat suatu negara bergantung sepenuhnya pada kesehatan negara lain dan kesehatan masyarakat seluruh dunia, sepenuhnya bergantung dari cara masing-masing negara dalam menyusun dan memperkuat kebijakan kesehatannya.”

Kalimat ini menimbulkan multi tafsir, mengenai siapakah yang akhirnya berperan dalam ketahanan kesehatan suatu negara? negara itu sendiri atau negara lain?

Pada *poin letter versus spirit*, dalam pidato ini muncul pernyataan yang makna katanya bertentangan dengan maksud pembuat teks, yang juga jika dilihat secara keseluruhan mengarah pada kata yang berkonflik, yakni pada bagian:

“Covid-19 masih jadi ancaman dunia termasuk Indonesia, disiplin menjalankan protokol kesehatan menjadi hal mutlak untuk dilakukan”.

Kurang selaras rasanya jika pada paragraf berikutnya disampaikan :

“Penyelarasan standar protokol kesehatan global terutama digitalisasi sertifikat vaksin Covid-19 akan mempermudah, memberi kepastian, keamanan dan ketenangan pelaku perjalanan antar negara.”

Seolah-olah yang diutamakan justru hanya kemudahan untuk berpergian ke luar negri tetapi tidak dijelaskan bagaimana kegiatan perjalanan ini menjadi bagian dari protokol kesehatan. Hal ini berpotensi menimbulkan konflik bagi yang mendengarkan.

Bagaimana digitalisasi sertifikat vaksin Covid-19 dapat mencegah peredaran virus seperti yang disampaikan pada kalimat:

“Penyelarasan standar protokol kesehatan global terutama digitalisasi sertifikat vaksin Covid-19 akan mempermudah, memberi kepastian, keamanan dan ketenangan pelaku perjalanan antar negara. Selain juga membuat mobilitas internasional berangsur normal, mencegah peredaran virus, penyelarasan ini diharapkan dapat mendorong pulihnya situasi ekonomi dan sosial di berbagai sektor.”

Poin asimilasi yaitu pemaknaan di luar teks juga ditemukan pada pidato kedua ini. Pada teks disampaikan *universal verifier* telah diuji coba dan mendapatkan kesan positif dari 19 negara anggota G20, namun tidak dijelaskan bahwa ada satu negara yang belum ikut dalam uji coba dan apa alasannya. Seperti yang termuat dalam pemberitaan berikut:

“Negara anggota G20 yang melakukan uji coba *universal verifier* terdiri dari Afrika Selatan, Amerika Serikat, Arab Saudi, Argentina, Australia, Brasil, India, Indonesia, Inggris, Italia, Jepang, Jerman, Kanada, Meksiko, Republik Korea, Rusia, Prancis, Turki, dan Uni Eropa. Hanya Tiongkok yang belum bergabung sebab ada permasalahan teknis.” (<https://www.liputan6.com/health/read/4929090/negara-g20-sudah-uji-coba-universal-verifier-untuk-sertifikat-vaksin-covid-19>).

Berbeda dari pidato Maudy lainnya, penampilan keduanya ini dilengkapi dengan alat bantu presentasi yaitu penayangan video mengenai *universal verifier*. Sayangnya teks pidato setelah penayangan video tidak ada bahasan mengenai video itu sendiri. Kurangnya informasi dapat memicu asimilasi atau pemaknaan yang tidak ada dalam teks. Dalam buku *The Art of Public Speaking* juga dijelaskan bahwa alat bantu visual juga harus disajikan dalam verbal atau dengan kata lain beritahu audiens bagaimana menafsirkannya (Lucas, 2012).

Sisi yuridiksi pidato ini lengkap, dengan detail: Sumber: Youtube Sekretariat Negara, Audiens: 602.428 views (13000 like), waktu penyampaian: 7 April 2022, tempat disampaikan: Istana Kepresidenan Jakarta. Tujuan: Keterangan pers juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia: Arsitektur Kesehatan Global. Teks didapat dari transkrip peneliti dari sumber youtube, genre: Kesehatan. Fakta: disahkan oleh Sekretariat Negara. Gaya penyampaian: semi-formal, non verbal : ekspresi wajah; kontak mata; gerakan tubuh, verbal: artikulasi jelas, kecepatan bicara lebih cepat dari video 1, dibawakan dengan tenang, menggunakan teknik jeda, menggunakan intonasi untuk memberikan penekanan pada beberapa bagian pernyataan. Cenderung lebih membaca.

Pada pidato ketiga, tidak terdapat ambiguitas dalam teks yang disampaikan. Namun, berkaitan dengan definisi, ada beberapa definisi yang tidak dijelaskan secara detail. Misalnya istilah “*Sustainable Energy Transition*” dan juga “*public private partnership* yang inovatif”. Kedua istilah yang tidak terdefiniskan ini dapat menimbulkan beragam interpretasi dari audiens. Bagian *Letter Versus Spirit*, tidak ditemukan pada pidato ketiga ini. Sementara kata yang berkonflik muncul pada dua pernyataan yang berbeda dalam satu paragraf yang sama, yakni pernyataan:

“Suhu rata-rata Global permukaan bumi telah meningkat 1,2 derajat Celcius sejak revolusi industri” dan “Bahkan model iklim yang dijadikan acuan oleh proyek IPCC menunjukkan suhu permukaan di Global akan meningkat 1,1 hingga 6,4 derajat Celcius antara tahun 1990 hingga 2100”.

Secara sekilas, audiens apabila hanya mendengarkan atau menonton akan mengalami konflik dari dua pernyataan yang seolah berbeda pada isu yang sama, yaitu isu meningkatnya suhu permukaan bumi. Bagian asimilasi tidak ditemukan pada pidato ini.

Detail yuridisiknya: Sumber: Youtube Sekretariat Negara, Audiens: 126.100 views (3.400 like, 0 dislike), waktu penyampaian: 12 Mei 2022, tempat disampaikan: di Istana Kepresidenan, Jakarta. Tujuan: Keterangan pers juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia: tentang Perubahan Iklim. Teks didapatkan dari transkrip peneliti dari sumber youtube, genre: umum. Fakta: disahkan oleh sekretariat negara. Gaya penyampaian: Diawali dengan proses Maudy membuka masker, semi-formal, non verbal : ekspresi wajah; kontak mata; Gerakan tubuh, verbal: artikulasi jelas, kecepatan bicara rata-rata cenderung lambat, dibawakan dengan tenang, menggunakan teknik jeda, menggunakan intonasi untuk memberikan penekanan pada beberapa bagian pernyataan. Pidato diakhiri dengan adegan memakai masker kembali.

Pada pidato keempat, kembali tidak ditemukan ambiguitas dalam teks yang disampaikan. Beberapa definisi istilah menjadi pertanyaan karena tidak dijelaskan secara detail. Beberapa istilah tersebut adalah “semangat inklusivitas” serta “jaringan global pengawasan genomik laboratorium”. Dengan tema kesehatan yang diangkat pada pidato ini, maka menjadi masalah ketika istilah yang digunakan tidak dijelaskan lebih lengkap karena dapat menyebabkan tidak sampainya pesan kepada audiens. Lebih lanjut, pada bagian *Letter versus spirit*, ditemukan beberapa kalimat yang menjadi perhatian. Pada kalimat “Indonesia sendiri telah menyumbang 50 juta dolar AS sebagai bentuk komitmen.” yang menggambarkan bahwa meskipun dalam keadaan sama-sama terpuruk akibat pandemi, Indonesia tetap berkontribusi dan menjalankan komitmen untuk memulihkan perekonomian dan kesehatan dunia pasca pandemi.

Setelah itu, kata yang berkonflik ditemukan pada konteks kalimat “Yang pertama kita bisa berpartisipasi aktif untuk membangun tata kelola sektor kesehatan dan pelayanan kesehatan untuk

masyarakat yang lebih baik lagi di tanah air.”, dimana konteks membangun tata kelola kesehatan untuk masyarakat adalah tugas dari pemerintah yang harus diselenggarakan oleh negara (Susetio & Iftitah, 2021). Dalam kalimat ini, pekerjaan tersebut dibebankan kepada masyarakat atau “kita”, untuk berpartisipasi secara aktif. Asimilasi tidak ditemukan pada pidato keempat ini.

Detil yuridisnya: Sumber: Youtube Sekretariat Negara, Audiens: 177,213 views (4.500 like, 0 dislike), waktu penyampaian: 30 Juni 2022, tempat disampaikan: di Istana Kepresidenan, Jakarta. Tujuan: Keterangan pers juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia: tentang Pandemi, Kesehatan dan Keuangan. Teks didapatkan dari transkrip peneliti yang bersumber pada youtube, genre: umum. Fakta: disahkan oleh sekretariat negara. Gaya penyampaian: Diawali dengan proses Maudy membuka masker, semi-formal, non verbal: ekspresi wajah; kontak mata; Gerakan tubuh, verbal: artikulasi jelas, kecepatan bicara rata-rata cenderung lambat, dibawakan dengan tenang, menggunakan teknik jeda, menggunakan intonasi untuk memberikan penekanan pada beberapa bagian pernyataan. Pidato diakhiri dengan adegan memakai masker kembali.

Pada bagian pidato kelima yang menyoroti isu perpajakan, tampak pidato yang disampaikan oleh Maudy ini sejak awal menimbulkan pertanyaan dengan definisi-definisi yang tidak terjemaskan dengan baik. Misalnya pada paragraf awal yakni definisi *transfer pricing*, serta di paragraf akhir juga muncul definisi lainnya yakni: *Financial Action Task Force*. Pernyataan dengan istilah yang bagus dalam bahasa Inggris namun tidak ada pembatasan definisinya, dipastikan akan membuat kebingungan masyarakat awam yang mendengarkan pidato tersebut. Sementara itu bagian lain pidato ini memunculkan kata yang berkonflik yakni pada bagian:

“*Asia Initiative* sendiri adalah inisiatif yang diluncurkan pada November 2021 dan disepakati oleh 11 negara Asia untuk mendorong transparansi perpajakan di Asia. Pertemuan *Asia Initiative* ini juga dihadiri oleh *Global Forum on Transparency and Exchange of Information for Tax Purposes*, pemimpin otoritas pajak dari 13 negara Asia anggota *Global Forum* dan beberapa lembaga internasional seperti, *Asian Development Bank*, *the World Bank*, serta *Study Group on Asian Tax Administration and Research*.”

Artinya ada 13 negara Asia yang menjadi pemimpin otoritas pajak dari 13 negara Asia yang hadir di forum Asia inisiatif, tapi hanya disepakati oleh 11 negara Asia? Pernyataan yang memiliki makna bertentangan ini akan menimbulkan pernyataan besar juga bagi para pendengar dan pemirsa pidatonya, siapa saja negara Asia yang hadir tapi tidak menyepakati? Hal-hal seperti ini bisa dihindari bila dalam pidato sudah dijelaskan langsung ke 13 negara Asia yang hadir, dan negara mana yang tidak sepakat. Memudahkan audien dalam memahami konteksnya. Ambiguitas pada pidato ini pun muncul dalam pernyataan berikut ini:

“Baru 11 negara Asia yang berkomitmen untuk meningkatkan transparansi pajak melalui penandatanganan deklarasi Bali pada tanggal 14 Juli 2022. Padahal Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang telah menikmati manfaat transparansi perpajakan, salah satunya adalah pemetaan potensi penghasilan *inbound* senilai 683 triliun rupiah berupa dividen, bunga, penjualan dan penghasilan lain.”

Merujuk pada Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), kata “padahal” merupakan kata sambung untuk menunjukkan pertentangan antara bagian-bagian yang dirangkaikan, sementara Indonesia sendiri sudah masuk dalam 11 negara Asia yang berkomitmen untuk transparansi pajak, sehingga tidak perlu menjadi pertentangan atas situasi yang ada. Menjadi berbeda maknanya kalau Indonesia tidak berkomitmen tetapi menikmati manfaat transparansi pajak.

Apabila dilihat dari poin *Letter versus Spirit*, yakni pernyataan yang makna katanya bertentangan dengan maksud pembuat teks, maka pada pidato ini muncul pernyataan seperti itu, yakni pada bagian: “Yang kedua penerimaan pajak yang optimal menjadikan pajak sebagai instrumen untuk menggenjot iklim usaha dan investasi. Selain itu penerimaan pajak yang optimal juga akan membantu pemerintah mendorong mobilisasi sumber daya domestik, serta membangun pemulihan yang berkelanjutan dan keluar dari implikasi bencana pandemi Covid-19.”

Seperti yang termaktub dalam penjelasan website resmi direktorat Jendral Pajak Kementerian keuangan (<https://www.pajak.go.id/id/fungsi-pajak>), fungsi utama pajak adalah: “Sebagai sumber

pendapatan negara, pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Untuk menjalankan tugas-tugas rutin negara dan melaksanakan pembangunan”, namun dalam pernyataan pidato Maudy di atas malah menunjukkan fungsi utama menjadi berbalik menjadi fungsi tambahan.

Pada bagian asimilasi, yakni pemakaian di luar teks yang ada ditemukan perbedaan cukup signifikan antara teks dan kondisi nyatanya, yakni ternyata banyak negara yang hadir dalam deklarasi Bali dan juga pada Asia *Initiative*, yang tidak mau transparan soal pajak, seperti yang termuat dalam pemberitaan berikut ini:

“Untuk diketahui, negara yang turut menandatangani Bali Declaration pada 15 Juli 2022 antara lain: Brunei Darussalam, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Korea Selatan Malaysia, Maladewa, Makau, Singapura dan Thailand. Negara yang turut menghadiri pertemuan pertama Asia Initiative tapi tidak menandatangani deklarasi antara lain: Kamboja, China, Georgia, Mongolia, Pakistan, Filipina dan Arab Saudi (<https://news.ddtc.co.id/tak-semua-negara-tandatangani-deklarasi-asia-soal-transparansi-pajak-40565>).

Sementara itu apabila dilihat dari sisi Yuridiksi, maka pidato tersebut di atas, masuk dalam kategori lengkap data yuridiksinya. Detil yuridiksinya: Sumber: Youtube Sekretariat Negara, Audiens: 25,854 views (786 like, 0 dislike), waktu penyampaian: 18 Juli 2022, tempat disampaikan: di Istana Kepresidenan. Tujuan: Keterangan pers juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia tentang perpajakan. Teks didapatkan dari transkrip peneliti dari sumber youtube, genre: umum, ekonomi. fakta: disahkan oleh sekretariat negara. Gaya penyampaian: semi-formal, non verbal: ekspresi wajah; kontak mata; Gerakan tubuh, verbal: artikulasi jelas, kecepatan bicara rata-rata cenderung lambat, dibawakan dengan tenang, menggunakan teknik jeda, menggunakan intonasi untuk memberikan penekanan pada beberapa bagian pernyataan.

Pada pidato keenam yang mengangkat tema “semangat kemerdekaan”, pada keenam tahapan yang ada (ambiguitas, definisi, letter versus spirit, kata yang berkonflik, asimilasi, dan yuridiksi), hampir semuanya terdapat pada teks dan konteks yang dibawakan oleh Maudy, kecuali soal *letter versus spirit* dan kata yang berkonflik, yang tidak ditemukan. Makna ambiguitas misalnya muncul pada pernyataan:

“Sebagai generasi muda kita bisa melakukan hal-hal berikut ini, yang pertama menyebarkan informasi positif yang berhubungan dengan kegiatan presidensi G20 Indonesia, baik melalui *direct conversation* maupun *social media*.”

Penekanan kata pada “generasi muda” seolah menyiratkan bahwa pidato ini hanya ditujukan pada generasi muda, tidak pada masyarakat Indonesia pada umumnya. Padahal tidak pernah diungkapkan sebelumnya bahwa Maudy hanya menjadi juru bicara presidensi G20 hanya untuk anak muda. Kemudian persoalan tidak adanya pembatasan definisi yang jelas juga tampak pada:

“Lalu inisiatif pengadaan *global art and culture recovery fund* untuk pemulihan seni dan budaya atau peningkatan *digital skills* dan *digital literacy* dengan G20 *toolkits* yang dibahas pada 3rd Digital Economy Working Group Meeting.”

Tampak bahwa penggunaan istilah-istilah *global art and culture recovery fund*, juga *digital skills* dan *digital literacy* dengan G20 *toolkits* tidak bisa dipahami dengan jelas tanpa adanya penjelasan atas definisi dari berbagai kata dan kalimat tersebut. Sementara itu asimilasi ditemukan dengan melihat antara teks dan konteks di luar teks yang ada. Salah satunya pernyataan tentang:

“Misalnya saja restorasi mangrove dijadikan upaya konkrit untuk pengendalian perubahan iklim global”

Pada pernyataan tersebut seolah pemerintah melalui juru bicaranya tegas memprioritaskan tentang penjaan dan penanaman mangrove di berbagai wilayah Indonesia. Namun dalam prakteknya berbeda, bahkan di Bali sendiri terjadi upaya penggunaan lahan mangrove sebagai terminal LNG (*liquefied natural gas*) yang disetujui oleh pemerintah (<https://www.detik.com/bali/berita/d-6265045/klhk-isyaratkan-pembangunan-terminal-lng-di-mangrove-bisa-dilakukan>), yang

menimbulkan berbagai demonstrasi terus menerus dari masyarakat adat, juga masyarakat sipil lainnya (<https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/06/21/polemik-rencana-pembangunan-terminal-lng-di-bali-terus-berlanjut>).

Detil yuridisnya: Sumber: Youtube Sekretariat Negara, Audiens: 21,699 views (871 like, 0 dislike), waktu penyampaian: 18 Agustus 2022, tempat disampaikan: di Sebuah Studio (yang tidak diketahui tempatnya secara pasti), tidak seperti biasanya yang berada di Istana Kepresidenan. Tujuan: Keterangan pers juru bicara Pemerintah untuk Presidensi G20 Indonesia: tentang Semangat Kemerdekaan. Teks didapatkan dari transkrip peneliti dari sumber youtube, genre: umum. Fakta: disahkan oleh sekretariat negara. Gaya penyampaian: semi-formal, non verbal: ekspresi wajah; kontak mata; Gerakan tubuh, verbal: artikulasi jelas, kecepatan bicara rata-rata cenderung lambat, dibawakan dengan tenang, menggunakan teknik jeda, menggunakan intonasi untuk memberikan penekanan pada beberapa bagian pernyataan.

Pihak studio saat merekam membiarkan suara sutradaranya masuk saat memberi aba-aba “satu, dua, tiga”. Pada akhir juga diperlihatkan adegan Maudy seolah seperti prajurit yang berbalik arah dengan tegap.

KESIMPULAN

Setelah melakukan proses interpretasi pada teks dan konteks pidato Maudy Ayunda dengan menggunakan analisis retorika Martin Camper, dapat disimpulkan tiga dari keenam pidato Maudy Ayunda tidak memiliki makna yang mengandung ambiguitas. Tiga yang lainnya menjadi ambigu karena adanya pengulangan kalimat yang bertentangan, penggunaan kata yang tidak sesuai maknanya dan penyebutan audiens yang spesifik pada satu golongan tertentu saja.

Pada poin definisi, Maudy banyak menggunakan istilah asing yang belum diberikan batasan definisi. Dari segi *letter versus spirit*, ketika ada pernyataan yang makna katanya bertentangan dengan maksud pembuat teks, mayoritas akan diikuti dengan pernyataan yang berkonflik atau inkonsistensi antar pernyataan pada keseluruhan teks. Bagian asimilasi yang mengungkapkan makna yang tidak ditemukan pada teks juga sebagian besar muncul pada pidato Maudy. Beberapa pernyataan pada teks berbeda dengan konteks yang ada, seperti penyebutan negara-negara yang turut berpartisipasi pada suatu kebijakan tertentu, tidak diikuti dengan penyebutan negara yang tidak atau belum ikut andil sebagai partisipan. Kriteria yang paling lengkap pada pidato Maudy Ayunda adalah detil yuridiksi karena pidato ini memang dipersiapkan dan dikelola oleh Sekretariat Negara termasuk tempat, waktu dan tema pidato. Penyebaran video ini juga melalui akun youtube resmi milik Sekretariat Negara.

Kekuatan *public speaking* Maudy Ayunda sebagai juru bicara ada pada bagian *verbal* dan *non verbal*-nya. Dari segi *verbal* yaitu artikulasi yang jelas, teknik penggunaan jeda, dan variasi intonasi. Pada sisi *non verbal* yaitu ekspresi wajah, kemampuan kontak mata dan pemanfaatan gerakan tubuh yang mendukung pernyataan Maudy. Selain dua hal tersebut pada pidatonya Maudy terlihat memperhatikan penampilan dan menunjukkan rasa tenang serta percaya diri.

Mengingat pidato ini ditujukan untuk seluruh masyarakat Indonesia, maka penting bagi seorang juru bicara memberikan batasan dan definisi yang jelas mengenai istilah-istilah terutama dalam bahasa asing. Selain itu, agar penyampaian seorang pembicara lebih seimbang, perlu penyampaian teks secara terbuka dan disebutkan dari dua sisi, sehingga tidak menonjolkan postifnya saja. Ketika berpidato dengan menggunakan alat bantu presentasi, dibutuhkan penjelasan singkat mengenai konten tersebut untuk menghindari pemaknaan diluar teks oleh audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Akel A, Spitz A, West R. (2021). The effect of spokesperson attribution on public health message sharing during the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE* 16(2): e0245100. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245100>
- Atmadja, X. L. (2014). Analisis Framing terhadap Pemberitaan Sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di Media Online. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1), 1-11.
- Beebe, S. A., Beebe, S.J. (2009). *Public Speaking An Audience-Centered Approach* (7th ed). Pearson Education, Inc.
- Beebe, S. A., Beebe, S.J. (2014). *Public Speaking Handbook* (4th ed). Pearson Education, Inc.
- Bokemper, S. E., Huber, G. A., Gerber, A. S., James, E. K., & Omer, S. B. (2021). Timing of COVID-19 vaccine approval and endorsement by public figures. *Vaccine*, 39(5), 825-829.
- Camper, M. (2018). *Arguing over texts: The rhetoric of interpretation*. Oxford University Press.

- Condor, S., Tileagă, C., & Billig, M. (2013). Political rhetoric. In L. Huddy, D. O. Sears, & J. S. Levy (Eds.), *The Oxford handbook of political psychology* (pp. 262–297). Oxford University Press.
- Fanggidae, J. P. (2020). Analisa Penggunaan Public Figure Sebagai Endorser dan Asosiasi Merk Produk Minuman Berenergi. *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen*, 5(01), 1-7.
- Finlayson, A. (2012). Rhetoric and the political theory of ideologies. *Political Studies*, 60(4), 751-767.
- Floyd-Lapp, C. (2014). Aristotle's Rhetoric: The Power of Words and the Continued Relevance of Persuasion.
- Gunawan, F. (2015). Efektivitas penggunaan Ashraf & BCL sebagai celebrity endorser dalam iklan televisi LINE Let's Get Rich dengan menggunakan model TEARS. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2), 1-10.
- Jackson, D.J & Darrow, T.I.A. (2005). The Influence of Celebrity Endorsements on Young Adults' Political Opinions. *The International Journal of Press/Politics*, 10(3), 80-98.
- Jackson, David J. (2018). The Effects of Celebrity Endorsements of Ideas and Presidential Candidates. *Journal of Political Marketing*, 17(4), 301-321.
- Jensen, R. (2012). How Bobby Knight Changed His 'Bad Boy' Image to Become a Media Darling. *Repairing the Athlete's Image: Studies in Sports Image Restoration*, 223-235.
- Joerke, D. (2010). Aristotle's Rhetoric: A Manual for the Politics of Emotion. *Osterreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 39(2), 157-169.
- Jones, A. A. (2012). Obama no longer media darling? *NABJ Journal; Official Publication of the National Association of Black Journalists (Online)*, 15.
- Koszowy, M., Budzyska, K., Pereira-Fariña, M., & Duthie, R. (2022). From theory of rhetoric to the practice of language use: The case of appeals to ethos elements. *Argumentation*, 36(1), 123-149.
- Lee, J. S., & Kwak, D. H. (2016). Consumers' responses to public figures' transgression: Moral reasoning strategies and implications for endorsed brands. *Journal of Business Ethics*, 137(1), 101-113.
- Lucas, Stephen E. (2012). *The Art of Public Speaking (12th ed)*. McGraw-Hill Companies, Inc.
- Maria, F. I., Yoanita, D., & Aritonang, A. I. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Afiliasi Politik Basuki Tjahaja Purnama di Tirto. id, Kompas. com, dan Liputan6. com. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(1), 1-12.
- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Routledge.
- McPhail, M. L. (2020). The Rhetoric and Ethics of Political Communication. *Political Communication Ethics: Theory and Practice*, 81.
- Mufanti, R dkk. (2017). *Can I be a Public Speaker?* CV. Nata Karya.
- Murthy, M., & Gosal, M. (2016). A Study on Aristotle's Rhetoric Applied to Industrial Communication. *British Journal of English Linguistics*, 4(1), 64-74.
- Putri, S. A. R. (2016). Media dalam Perspektif Masyarakat Tontonan "Jokowi Spectacle". *Jurnal The Messenger*, 7(1), 1-8.
- Rajiyem. (2005). Sejarah dan Perkembangan Retorika. *Humaniora*, 17(2), 142-153.
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. (2012). Pengaruh Agnes Monica sebagai celebrity endorser terhadap pembentukan brand image Honda Vario. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1).
- Shead et al. (2011). Youth Gambling Prevention: Can Public Service Announcements Featuring Celebrity Spokespersons be Effective? *International Journal of Mental Health and Addiction*, 9(2), 165-179.
- Suciati, S & Ambarini, R. (2018). A Rhetorical Analysis of Selected Speeches of Indonesian Woman Politicians: Pre-Electoral Strategies. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 24(6), 4541-4545.
- Susa, D. E. (2019). Reading, Argumentation and Persuasion: Using Rhetorical Analysis in Textual Interpretation. *KULT online*, (59).
- Susetiyo, W., & Ifitah, A. (2021). Peranan dan Tanggungjawab Pemerintah dalam Pelayanan Kesehatan Pasca Berlakunya UU Cipta Kerja. *Jurnal Supremasi*, 11(12), 92-106.
- Utomo, W. P. (2013). Menimbang media sosial dalam marketing politik di Indonesia: belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1), 67-84.
- Valdez, M.A & Dhani, R. (2021). Celebrity Endorsers in Government Communication: A Plausible Option Amidst Uncertainty and Declining Public Trust. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 242-255.

- Vance, E. (2010). Scientist as star: sleep researcher Sara Mednick has straddled the line between media darling and respected scientist. But why is there still a line at all? *Nature*, 468(7322), 365-367.
- Wulandari, R. (2015). *Media darling ala Jokowi*. Gramedia Pustaka Utama.