

MODUL PEMBELAJARAN PUBLIC SPEAKING



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
JAKARTA
2024**

MODUL 2 – PUBLIC SPEAKING SEBAGAI TOOLS KOMUNIKASI

A. *Public Speaking* sebagai Sarana dan Proses Komunikasi

Mengapa *public speaking* dianggap sebagai sarana komunikasi?

Dalam sarana komunikasi atau sebuah wadah bergulirnya percakapan yang memerlukan umpan balik. Siapa saja yang terlihat atau berada dalam wadah itu? Dalam dunia komunikasi terdiri dari komunikator, pesan, dan komunikan. Semua ini akan berfungsi melalui *channel* atau saluran yang disebut media. Nah, dimana keberadaan "*Public Speaking*". Kehadirannya dalam kegiatan komunikasi yang berperan adalah komunikator atau *public speaker*.

Dalam pelajaran ini, pengetahuan yang akan menjadikan seseorang atau komunikator sebagai pembawa pesan, mempunyai kemampuan untuk menyajikan gagasan kepada audiens. Dengan demikian, komunikator mengungkapkan ide dan dengan kemauan yang tepat, cepat, dan taktis.

Menurut Herbert V. Prochnow mengembangkan kemampuan secara bertahap belajar seumur hidup, tahun demi tahun, dan makin lama makin berbobot. Hal ini dapat bersamaan dengan bagaimana cara memiliki kepercayaan pada diri sendiri. Kegiatan lain yang dapat mendukung kemampuan *public speaking*, apabila aktif melakukan berbagai kegiatan seperti dalam dunia usaha dan kehidupan sosial lainnya.

Dalam dunia usaha ada peluang selalu menghadapi saat-saat terjadinya tuntutan konsumen terhadap hasil produksi, bahkan kerja lembaga atau organisasi selalu mendapat sorotan masyarakat. Di sinilah peranan seorang petugas PR untuk menjelaskan apakah melalui selebaran atau *news release* atau pertemuan-pertemuan dengan wartawan media. Sebagai komunikator melalui media mengungkapkan pikiran, ide dan pendapat pada seluruh pendengar.

Pada kesempatan memberikan saran, mengeritik, memberikan suara dan mewakili organisasinya serta memberikan keputusan, maka teknik "*public speaking*" sama pentingnya dengan kemampuan berdialog dengan individu-individu lain secara efektif.

Komunikasi adalah proses pengalihan makna antarpribadi manusia atau tukar berita dalam sistem informasi.

Aspek-aspek komunikasi retorik, antara lain:

1. Seorang pembicara menyampaikan kepada seorang pendengar sebagai kawan bicara atau pelanggan dengan maksud menjual sesuatu.
2. Memberikan argumen terhadap isi pembicaraan.
3. Sambil mendengar dan mempertimbangkan argumen dari pendengar.

Faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi retorik.

Pertama, pada Komunikator, yaitu:

1. Pengetahuan tentang komunikasi dan keterampilan berkomunikasi itu sendiri.

Keterampilan komunikasi dapat berupa; pepatah, humor/lelucon, semangat berapi-api, kesyahduan, lagu-lagu maupun alat peraga.

2. Sikap komunikator.

Meliputi: sikap fisik, air muka, pakaian, pelafalan (ucapan) harus fasih mengenai bahasa asing terutama, gerak gerik dan *make up*/tata riasnya.

3. Pengetahuan umum.

4. Sistem sosial.

5. Sistem kebudayaan.

Kedua, faktor pada Pesan dan Medium, yaitu

1. Elemen pesan.
2. Struktur pesan.
3. Isi pesan dan proses penyampaian pada khalayak.

Unsur-unsur pesan dalam berkomunikasi adalah pentingnya seorang komunikator menyampaikan pesan-pesan melalui:

Pertama, pesan Linguistik yaitu untuk menyampaikan pesan bahasa tertentu kita harus menguasai:

- a. Fonologi (mengujarkan bunyi kata).
- b. Sintaksis (membentuk kalimat).
- c. Semantik (memahami kata atau gabungan kata).

- d. Memahami secara konseptual tentang dunia kita dan dunia yang kita bicarakan.
- e. Mempunyai sistem kepercayaan untuk menilai apa yang kita dengar.

Kedua, pesan Nonverbal yang memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut:

- a. Repetisi mengulang kembali bahasa verbal.
- b. Substitusi - menggantikan bahasa verbal.
- c. Kontradiksi - menolak pesan verbal.
- d. Komplemen - melengkapi pesan verbal.
- e. Aksentuasi - menegaskan pesan verbal.

Ada enam jenis pesan non verbal, antara lain:

- a. Kinesik (gerak tubuh) yaitu fasial, gestural, postural.
- b. Paralinguistik (suara).
- c. Proksemik (penggunaan ruang sosial atau personal).
- d. Olfaksi (penciuman).
- e. Sensitivitas kulit.
- f. Artifaktual (pakaian dan kosmetik).

Ketiga, faktor kuantitas audiens, maka pembicara hendaknya melakukan hal-hal berikut:

- a. Volume suara tambah keras.
- b. Tekanan/nada suara tinggi.

- c. Tempo harus lambat.
- d. Bahasa harus awam (dimengerti umum).
- e. Logikanya sederhana.
- f. Semangatnya tinggi.

Selain itu, khalayak sangat selektif memilih sebuah olahan jenis pesan yang disampaikan dari seorang pembicara. Ketertarikan khalayak tersebut terjabarkan dalam bentuk-bentuk pesan yang dipakai, seperti:

- a. Topik (pesan) yang dibahas
- b. Cara penyampaian.
- c. Teknik-teknik mengembangkan pokok bahasan.
- d. Bahasa yang dipakai.
- e. Organisasi pesan yang dipakai.
- f. Situasi yang dihadapi (setiap khalayak memiliki kondisi yang unik).
- g. Keahlian (profesionalitas).
- h. Kejujuran.

B. KOMPONEN *PUBLIC SPEAKING*

Seperti dijelaskan sebelumnya, *public speaking* berkaitan erat dengan retorika dan retorika adalah bagian dari ilmu komunikasi. Sebenarnya komponen *public speaking* hampir sama dengan komponen

komunikasi efektif yang meliputi:

1. Penyampai pesan/informasi/Komunikator. Dalam hal ini, pembicara harus memperhatikan teknik-teknik dasar *public speaking* yang meliputi teknik vokal dan verbal sehingga dapat menampilkan *showmanship*.
2. Pesan/informasi yang disampaikan. Pesan yang disampaikan harus singkat, padat, dan mudah dicerna. Teknik menyusun dan meramu materi presentasi mutlak diperlukan
3. Komunikan/penerima informasi/audiens. Pembicara harus cerdas dalam melakukan analisis audiens, minimal analisis psikologi dan demografi.
4. Media penyampaian pesan/Informasi. Mudah tidaknya suatu informasi diterima dan dicerna oleh audiens juga dipengaruhi oleh media yang digunakan. Dalam hal ini media berperan sebagai sarana pembantu penyampaian informasi. Saat ini cukup banyak media yang bisa digunakan dalam presentasi, seperti media grafis, fotografi, audio, video, dan lingkungan.
5. *Feedback*/umpan balik. Salah satu indikator suksesnya penyampaian informasi adalah adanya respons/*feedback* dari penerima informasi. Dapatkan *feedback* dari audiens dengan mengamati bahasa tubuh mereka, apakah mereka mengantuk, bosan, cemas, atau antusias dengan ciri-ciri mata berbinar, bertepuk tangan,

berpartisipasi menjawab pertanyaan, atau aktif memberikan respons.

C. PENTINGNYA BELAJAR *PUBLIC SPEAKING*

Selama bertahun-tahun, *public speaking* telah memainkan perannya dalam dunia pendidikan, pemerintahan, dan bisnis. Kata-kata yang disampaikan *public speaker* memiliki kekuatan untuk menginformasikan, mendidik, memengaruhi, bahkan menghibur orang lain. Kata-kata yang diucapkan bisa lebih kuat dibandingkan sebuah tulisan.

Seperti yang telah kita ketahui, *public speaking* adalah keterampilan yang ajaib. Ia mampu meningkatkan kualitas diri dalam hal berbicara, menjadikan kita orang yang kreatif dan terampil saat berkomunikasi dengan orang lain.

Pada dasarnya, *public speaking* merupakan keterampilan yang sangat mudah karena setiap hari, kita terlibat dalam percakapan. Percakapan tersebut memuat hal positif atau negatif, tergantung diri sendiri, apakah komunikasi yang terjalin mampu membawa kita ke arah yang lebih baik atau justru sebaliknya.

Public speaking menjadi tombak kesuksesan seseorang dalam mengembangkan potensi dan digunakan dalam seluruh aspek. Semua profesi selalu melibatkan kemampuan berbicara. Adapun nilai penting

mempelajari *public speaking* sebagai berikut:

1. Membantu Meningkatkan Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri tidak hadir serta merta. Ia dipupuk dengan terus tekun berlatih dan belajar dari kesalahan. Seseorang yang mulanya merasa canggung atau bahkan demam panggung akan mampu menghilangkan kebiasaan buruk itu dengan terus berlatih *public speaking*. Pada prinsipnya, *public speaking* adalah tempat untuk belajar bagi semua orang, baik bagi pemula maupun para *public speaker* yang sudah andal. Bagi yang telah terbiasa berbicara di depan umum, mereka akan lebih percaya diri dan penguasaan bahasa yang digunakan pun makin kaya. Tingkat kepercayaan diri akan terlihat dari bagaimana cara seseorang menyampaikan sebuah ide atau gagasan di hadapan umum. Kepercayaan diri mempermudah jalan kesuksesan seseorang dalam bertindak dengan tepat sesuai dengan apa yang diucapkannya.

2. Kemampuan *Public Speaking* untuk Kesenangan Orang Lain yang Mendengarnya

Mempelajari *public speaking* tidak harus menunggu butuh atau dalam keadaan terdesak. Keterampilan *public speaking* menuntut kita untuk pandai berorientasi di depan umum maupun menyampaikan pendapat dan argumen. Cara penyampaian akan memengaruhi situasi dan kondisi saat itu.

Orang yang mampu mengolah kata dan bahasa akan lebih mudah menyenangkan orang lain. Dengan ucapannya, orang lain yang melihat dan mendengarkan merasa senang dan terhindar dari rasa bosan. Membuat orang lain senang akan berdampak pada penyampaian kita dalam berbicara. Alhasil, energi yang kita keluarkan positif. Dengan kata lain, memiliki keterampilan *public speaking* sangat menguntungkan bagi diri sendiri maupun orang lain.

3. Meningkatkan Kualitas Diri

Seseorang akan terlihat berkualitas salah satunya dari cara ia berbicara kepada orang lain. Artinya, ketika kita belajar *public speaking*, sama saja kita selangkah lebih maju untuk perkembangan diri. Apalagi bagi Anda yang sudah memiliki profesi yang mumpuni, *public speaking* bisa menjadi jawaban untuk meningkatkan kualitas dan potensi yang ada dalam diri Anda.

Orang yang ingin meningkatkan kualitas dirinya tidak akan pernah bosan belajar. Ia selalu haus ilmu pengetahuan dan tidak cepat puas dengan kemampuannya dalam *public speaking*. Meningkatkan kualitas diri termasuk dalam memperjuangkan hak pribadi untuk menjadi seseorang yang lebih berkompeten seiring dengan perkembangan zaman yang menuntut tantangan lebih besar.

Tidak perlu takut gagal. Kualitas diri Anda tergantung dari apa saja yang telah diusahakan selama ini. Jangan menginginkan kualitas baik jika Anda saja tidak pernah mau berusaha. Setiap waktu yang terlewat dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas diri tanpa harus menyingkirkan orang lain.

4. Berpikir Lebih Kritis

Berpikir kritis merupakan upaya merespons teorema yang diterima sehingga mampu mengevaluasi setiap kejadian di lingkungannya; melibatkan hal yang bersifat sistematis dan terarah, sehingga menghasilkan pikiran yang luar biasa.

Berpikir kritis bukan berarti berpikir keras, melainkan berpikir ke arah yang lebih baik dalam membaca situasi. Sering kali ketika seseorang berada di depan panggung, ia harus menggunakan kepekaan dirinya terhadap lingkungan dan menyiapkan senjata kata-kata untuk dapat menghipnotis para audiens, agar ia mudah memahami sudut pandang orang lain.

Berbicara di depan umum selalu membutuhkan kreativitas dan tingkat analisis yang tinggi supaya tidak terlihat stagnan atau ruang lingkup tersebut membosankan. Dengan kemauan terus berlatih *public speaking*, kita akan belajar bagaimana caranya berpikir lebih kritis dari biasanya.

5. Meningkatkan Kemampuan Memimpin

Memimpin dan dipimpin merupakan satu kesatuan dalam sebuah rumpun kepemimpinan. Seseorang yang mampu memimpin dirinya sendiri akan berhasil memandu arah dan tujuan hidupnya, pun ketika mampu memimpin orang lain dalam rumpun organisasi maupun sebuah perusahaan.

Kemampuan seseorang dalam *public speaking* dapat menunjang karier di dunia kepemimpinan. Seorang pemimpin wajib menjadi teladan bagi para bawahannya. Kemampuan memimpinnya dapat terlihat dari caranya berbicara dan kualitas para bawahannya.

Berbicara merupakan salah satu jembatan penting untuk bekerja secara baik dan profesional. Maka dari itu, dibutuhkan seorang pemimpin yang lihai *public speaking* untuk meminimalisasi kesalahpahaman antara pemimpin dan anggotanya maupun anggota dengan anggota lainnya. Sering kali kesalahpahaman menjadi pemicu masalah yang besar apabila tidak bisa ditanggulangi dengan baik.

Kemampuan berbicara di depan umum merupakan suatu kebutuhan bagi orang-orang yang sukses atau ingin sukses. Salah satu aspek yang harus dikuasai oleh orang-orang yang ingin sukses ialah keterampilan berkomunikasi efektif dan dapat berbicara di depan umum

atau melakukan presentasi secara efektif dengan bahasa lisan (verbal), dengan menggunakan bahasa non-lisan (nonverbal) dan bantuan alat peraga visual (*visual aids*) atau yang lebih dikenal dengan sebutan berceramah atau juga berpidato.

Dengan kemampuan berbicara di depan umum, orang bisa mengungkapkan isi hati atau gagasannya. Keterampilan berbicara di depan umum sangat penting dimiliki oleh setiap orang. Orang yang paling bijaksana, hartawan dan berpangkat sekali pun jika tidak dapat mengemukakan butir pemikirannya di hadapan orang banyak niscaya ia kurang mendapat penghargaan yang setimpal dengan kedudukannya tadi. Bahkan, Larry King mengatakan "Jalan menuju sukses, baik sosial maupun profesional, dilalui lewat berbicara. Bila Anda tidak meyakinkan sebagai pembicara, jalan itu dapat sangat buruk". Selanjutnya, dengan jujur King menyatakan (2003: xiii), "Berbicara merupakan mata pencaharian saya selama tiga puluh tujuh tahun.....".

Kemampuan berbicara di depan umum akan meningkatkan nilai manfaat lainnya dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Anda baik sebagai pekerja, sebagai manajer, sebagai politisi atau sebagai warga negara. Pengusaha dan biro penempatan tenaga kerja (*career counselors*) sering menempatkan "keterampilan berkomunikasi dengan baik" ("*good communication skills*") dalam iklan di media cetak pada tingkat paling atas dari kualifikasi pekerja yang dibutuhkan. Alasan

perusahaan itu sederhana: "Tiap tahun ekonomi perusahaan kami semakin tergantung pada informasi dan kemampuan untuk mengomunikasikan informasi itu secara efektif"

Mempelajari *public speaking* juga akan membuat Anda lebih kompeten, menjadi warga negara yang aktif. Anda akan lebih sensitif terhadap orang-orang dan situasi dalam lingkungan Anda. Anda dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan untuk melibatkan dalam dialog dengan orang-orang lain, baik dalam fora yang formal maupun fora yang informal. Kemampuan berbicara dengan "*good communication skills*" akan membuat Anda dapat memahami isu-isu publik dan kontroversi sosial, memutuskan apakah yang Anda pikirkan mengenai isu-isu tersebut, dan berpartisipasi secara aktif dalam pemecahan masalah-masalah itu-apakah Anda di dalam kantor, dalam lingkungan rukun tetangga, dalam lingkungan dunia kemahasiswaan atau dalam fora yang lebih luas.

Apa pun jabatan seseorang, sebagai kepala regu kerja di suatu pabrik atau sebagai pimpinan regu pecinta alam selalu mempunyai keharusan untuk tampil berbicara di depan anggota regunya.

D. KOMUNIKASI PERSUASIF DAN *PUBLIC SPEAKING*

Sebuah komunikasi persuasif yang melibatkan kelompok orang tertentu atau massa dapat disebut sebagai *Persuasive Public Speaking*.

Komponen penting yang perlu diperhatikan dalam sebuah *persuasive public speaking* adalah APIE (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi).

1. Analisis. Kegiatan analisis dilakukan sebelum presentasi dibawakan di hadapan publik. Pembicara mengumpulkan data-data dan informasi yang berkaitan dengan topik yang akan dibicarakan. Contohnya, seorang pimpinan sebuah rumah sakit akan mempromosikan fasilitas baru di rumah sakit pimpinannya. Dia harus mencari fakta tentang kelebihan dan potensi kelemahan yang diberikan fasilitas tersebut pada pasien, prosedur yang harus dilakukan, apakah rumah sakit lain punya fasilitas yang sama atau tidak, dan lain sebagainya.
2. Perencanaan. Setelah data-data terkumpul, pembicara mulai membuat perencanaan makalah atau materi yang akan dipresentasikan di hadapan peserta pertemuan. Kegiatan ini meliputi persiapan alat presentasi, mendesain alat bantu presentasi dengan power point atau cukup menuliskannya di atas selembarnya plastik mika untuk diletakkan di *overhead projector*, membuat alat-alat peraga jika diperlukan.
3. Implementasi. Semua bahan yang telah disiapkan sebelumnya dipresentasikan di hadapan audiens. Pada saat presentasi itu, komunikasi dua arah terjadi karena audiens akan tertarik untuk

mencoba fasilitas yang ditawarkan oleh pimpinan rumah sakit.

4. Evaluasi. Penilaian terhadap sebuah presentasi dibutuhkan sebagai *feedback* atau masukan kepada pembicara untuk memperbaiki teknik *public speaking* yang disampaikannya di hadapan publik atau untuk memperbaiki kinerja alat bantu presentasi.

Sebuah *persuasive public speaking* memiliki unsur-unsur penting yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. *Who* (pembicara atau narasumber). Seorang pembicara, komunikator atau narasumber adalah orang yang menyampaikan pesan atau informasi kepada para audiens. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi audiens sehingga audiens tergerak untuk bertindak dan berperilaku sesuai isi pesan yang disampaikan.
2. *What* (topik atau materi yang dipresentasikan). Dalam sebuah komunikasi persuasif, materi yang disampaikan perlu dipersiapkan sebaik mungkin. Seorang pembicara hendaknya menguasai materi yang akan dibicarakannya. Jika menggunakan referensi bacaan lain, hendaknya telah dielaborasi sebaik mungkin dengan pengalaman pribadi sang pembicara, agar tak terkesan "sekadar membaca" sebuah referensi.
3. *Whom* (audiens). Audiens adalah orang-orang yang akan menerima materi pembicaraan dari sang pembicara. Sang pembicara hendaknya menganggap audiens sebagai mitra dialog yang sejajar,

tidak lebih tinggi maupun lebih rendah. Agar materi yang kita sampaikan ini sungguh dipahami dan diikuti oleh audiens, membangun kepercayaan audiens itu sangat penting.

4. *Medium* (media atau peralatan untuk menyampaikan pesan).
Medium untuk menyampaikan pesan kepada audiens dapat berupa audio, video, maupun tertulis. Setidaknya, pembicara hendaknya menguasai satu atau dua medium yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. Dengan penguasaan medium yang tepat, materi yang ingin disampaikan akan lebih lancar dan leluasa disampaikan.
5. *Effect* (dampak atau hasil dari penyampaian materi). *Effect* atau efek adalah hasil akhir dari sebuah komunikasi persuasif yang dapat diukur dari sikap dan tingkah laku audiens, apakah sesuai atau tidak dengan tujuan yang diinginkan. Hasil akhir sebuah komunikasi persuasif dapat dievaluasi dari opini personal, opini publik dan opini mayoritas terhadap keseluruhan kegiatan komunikasi itu sendiri.

REFERENSI

- Astuti, Navita Kristi. (2011). *Jurus Kilat Jago Public Speaking*. Jakarta: Laskar Aksara.
- Hojanto, Onky (2014). *Public Speaking Mastery*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Olii, Helena. (2010). *Public Speaking*. Jakarta: PT. Indeks.
- Tary, Mulasih. Devi Ardiyanti. (2020). *Cara Mudah & Praktis Belajar Public Speaking*. Yogyakarta: Checklist.
- Zuhri, Saifuddin. (2010). *Public Speaking*. Yogyakarta: Graha Ilmu.