

PROGRAM PELATIHAN *PUBLIC SPEAKER FOR L[Y]FE* BAGI PENGEMBANGAN DIRI *ENTREPRENEUR*

M. Teguh¹, I. D. K. Aji², G. L.D Swastika³, V.D. Hermanto⁴

ABSTRAK

Kemampuan *public speaking* saat ini menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan dalam kehidupan sehari-hari, apalagi bagi orang yang ingin berwirausaha. Maka dari itu Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media (FIKOM) Universitas Ciputra Surabaya, melaksanakan program pelatihan bertajuk “Public Speaker for L[y]fe”, yang memberikan pembekalan berbicara di depan publik terutama di ranah bisnis. Program ini telah dijalankan bersama salah satu mitra yaitu SMA Citra Berkat untuk mendorong siswa-siswanya berani berwirausaha sejak dini. Materi pelatihan terdiri atas 3 topik besar, yaitu Self-identification, Power Presentation, dan Public Speaking. Materi tersebut diberikan dalam 12 kali pertemuan dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung oleh siswa. Hasil dari program pelatihan ini adalah peserta kegiatan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru dalam berbicara di depan publik, yang dapat mereka praktikkan secara langsung. Siswa diberikan bekal untuk dapat mempresentasikan produk-produk mereka, baik dalam rangka penjualan produk maupun untuk menarik investor. Kegiatan ini telah berlangsung dengan baik dan dirasa bermanfaat oleh peserta, dimana ilmu yang didapatkan bisa dipergunakan dalam kegiatan wirausaha mereka.

Kata kunci : *Public Speaking, Entrepreneurship, Wirausaha, Presentasi*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara dengan laju pertumbuhan penduduk yang tinggi. Banyaknya penduduk ini dapat menjadi modal bagi pembangunan negara. Namun di sisi lain, hal ini juga menjadi beban bagi pemerintah untuk dapat menjamin kesejahteraan hidup masyarakatnya (Rani & Teguh, 2016). Salah satu cara untuk dapat menjamin tingkat kesejahteraan masyarakat adalah dengan memastikan tersedianya lapangan kerja atau mata pencaharian. Namun tantangan yang dihadapi oleh Pemerintah Indonesia dengan banyaknya jumlah penduduk adalah keterbatasan lapangan pekerjaan yang berasal dari institusi pemerintah maupun swasta. Hal ini membuat keberadaan wirausaha menjadi krusial untuk mencegah banyaknya penduduk yang tidak bisa memiliki pekerjaan. Di sini wirausahawan dapat menyediakan penghidupan bagi dirinya sendiri sekaligus menjadi pencipta kerja (Wahjudono, Murwani, Satrya, & Aji, 2019). Wirausaha juga memiliki peran besar dalam menyelesaikan masalah-masalah pembangunan selain masalah lapangan kerja. Beberapa hal yang dapat didorong oleh adanya wirausaha adalah daya beli masyarakat, pendayagunaan sumber daya baik alam maupun manusia, pemanfaatan peluang untuk memberikan manfaat kepada masyarakat luas, pengurangan limbah, dan persiapan untuk generasi mendatang (Frinces, 2010).

¹ Universitas Ciputra Surabaya, monika.teguh@ciputra.ac.id

² Universitas Ciputra, Surabaya

³ Universitas Ciputra, Surabaya

⁴ Universitas Ciputra, Surabaya

Meskipun wirausaha merupakan hal yang krusial untuk menopang perekonomian negara, namun banyak tantangan yang juga dihadapi oleh para wirausahawan. Beberapa tantangan yang sering menghambat kelangsungan hidup wirausaha adalah modal usaha, konsistensi kualitas produk, minimnya kemitraan, ketersediaan pasar yang bisa membeli produk, dan keahlian kerja (Santosa, 2014). Tantangan-tantangan tersebut tentunya harus diatasi oleh para pelaku wirausaha jika menginginkan usahanya berjalan dengan baik dan bertahan lama. Salah satu yang dapat dilakukan oleh wirausahawan untuk menjawab tantangan tersebut adalah dengan mengembangkan keahlian yang dibutuhkan, di antaranya adalah kemampuan *public speaking*. *Public speaking* adalah kemampuan berbicara di depan umum dengan tujuan untuk membagikan informasi, mempersuasi, dan menghibur (Amalia, Citraesmana, & Saefullah, 2018). Secara khusus dalam ranah wirausaha, kemampuan ini diperlukan untuk dapat memperkenalkan usaha maupun produk kepada khalayak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media, Universitas Ciputra Surabaya, menginisiasi program pelatihan *public speaking* khususnya untuk para calon dan pelaku wirausaha. Program ini telah terlaksana dan memberikan dampak positif kepada para pesertanya.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media (FIKOM) bertempat di Universitas Ciputra dengan mitra Sekolah Citra Berkas. Pengabdian masyarakat yang diarahkan dalam wujud pelatihan *public speaking* ini ditujukan bagi siswa-siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) agar bisa memahami kegunaan komunikasi dan mengasah kemampuan komunikasi publik di ranah bisnis. Siswa-siswi Sekolah Citra Berkas sendiri berada di satu yayasan yang sama dengan Universitas Ciputra Surabaya, yaitu Yayasan Ciputra Pendidikan, oleh karenanya *entrepreneurship* menjadi landasan berpikir dan bertindak. Namun, kali ini pengabdian masyarakat yang dilakukan FIKOM menekankan pada aspek komunikatifnya.

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan diikuti oleh 14 siswa-siswi dari kelas X dan XI Sekolah Citra Berkas selama satu semester, dimulai dari tanggal 9 Januari 2020 dan berakhir pada 7 Mei 2020. Pelatihan yang berjalan selama satu semester diselenggarakan setiap Kamis pukul 15.30-16.30. Materi pelatihannya terdiri atas tiga topik utama, yaitu *self-identification*, *power presentation*, dan *public speaking*. Pengisi pelatihan adalah seluruh dosen dan staf *Laboratory of Communications and Media Convergence* (LCMC) Universitas Ciputra Surabaya, juga dibantu oleh mahasiswa FIKOM di operasionalnya. Berikut adalah daftar kegiatan mingguan yang sudah dijalani oleh para siswa dan pemberi materi dari FIKOM.

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tanggal	Topik	Materi
9-15 Januari	<i>Board Meeting</i>	Persiapan dan pengonsepan kegiatan.
23 Januari	<i>Mapping Your Ideas</i>	Teknik menyusun ide-ide kreatif.
30 Januari	<i>Convey Your Messages</i>	Unsur pesan (5W+1H) dan pemilihan sudut pandang pesan.
6 Februari	<i>Know Your Audience</i>	Karakter penonton dan cara menarik perhatian mereka.
13 Februari	<i>Spill Out Your Ideas</i>	Pemanfaatan media dalam menyampaikan pesan.
20 Februari	<i>Speak Up Your Ideas</i>	Teknik intonasi, pelafalan, dan ekspresi.
27 Februari	<i>Follow Their Styles</i>	Bahasa tubuh saat bicara di depan publik.
5 Maret	<i>Make You Up</i>	Teknik berpenampilan dan <i>self-grooming</i> .
12 Maret	<i>Show Time (Batch 1)</i>	Praktik peserta ke-1.
26 Maret	<i>Show Time (Batch 2)</i>	Praktik peserta ke-2.
4 April	<i>Closing</i>	Evaluasi dan kesimpulan tujuan kegiatan.
11 April – 7 Mei	<i>Closing Narasumber</i>	Evaluasi kegiatan abdimas.

Secara keseluruhan, metode pelatihan bagi Sekolah Citra Berkat ditempuh melalui beberapa tahap, yakni: (a) penyampaian materi diberikan di sesi ceramah, materi disampaikan oleh dosen dan staf laboratorium sesuai dengan topik pelatihan; (b) materi yang telah disampaikan kemudian dipraktikkan oleh peserta dengan memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada di LCMC, di antaranya laboratorium *public relations* dan multimedia; (c) hasil dari praktik tersebut dikumpulkan ke dosen dan staf FIKOM untuk diulas dan diberikan penilaian; lalu (d) penilaian disampaikan pada siswa-siswi Sekolah Citra Berkat, juga pada pihak penanggung jawab dari mitra beserta dokumentasi kegiatan.

Dalam topik pertama yang perlu dikuasai peserta adalah *self-identification*. Kemampuan mengidentifikasi atau mengenali diri perlu dikuasai oleh siswa-siswi Sekolah Citra Berkat dengan harapan mereka dapat mengawali proses komunikasi dengan percaya diri, harapan kedua adalah proses komunikasi antara komunikator dan komunikan berjalan lancar dan pesan bisa direspon sebagaimana mestinya. Dalam bisnis menjadi keberhasilan komunikasi interpersonal menjadi tolok ukur keberhasilan *entrepreneur* dalam menyampaikan pesan-pesan persuasifnya, baik dalam promosi, *branding*, penjualan, bahkan dalam mengorganisir bisnis mereka sendiri (West & Turner, 2010). Pada tahap pertama ini peserta menjalani pelatihan dalam empat pertemuan, mulai tanggal 23 Januari, 30 Januari, 6 Februari, dan 13 Februari 2020.

Selanjutnya di topik yang kedua berupa *power presentation*, yang ditempuh sepanjang tiga pertemuan, berlangsung di tanggal 20 Februari, 27 Februari, dan 5 Maret 2020 menekankan pada bagaimana teknik intonasi, pelafalan, dan ekspresi saat berkomunikasi di depan publik. Dosen dan staf FIKOM Universitas Ciputra juga mengajarkan tentang gestur tubuh dan *self-grooming*. Ketika berhadapan dengan audiens di banyak kesempatan bisnis—bertemu klien, melakukan negosiasi, presentasi, wawancara atau tanya jawab, dan sebagainya. Pelatihan ini berujung pada topik terakhir yaitu praktik *public speaking* oleh seluruh peserta, di mana hasilnya dinilai dan didokumentasikan, serta dilaporkan pada penanggung jawab mitra. Di sesi inilah seluruh siswa-siswi Sekolah Citra Berkat unjuk gigi melakukan *public speaking* di hadapan kawan-kawannya dan tim juri, mempresentasikan materi khusus terkait dengan *entrepreneurship* dan bisnis. Praktik berlangsung selama dua pertemuan di tanggal 12 dan 26 Maret 2020. Secara khusus, *public speaking* yang dipraktikkan para peserta bertujuan untuk mempersuasi audiens. Persuasi di sini tidak sesederhana membujuk. Praktik komunikasi persuasif dilakukan oleh seorang *persuader* (komunikator) untuk mempengaruhi penilaian dan aksi dari audiens atau target yang dia tuju, namun *persuader* memberikan pula kesempatan target audiens untuk menentukan sikap dan tindakan mereka di akhir (Swastika, 2020). Upaya inilah yang ditekankan dalam pelatihan *public speaking* antara FIKOM Universitas Ciputra dan Sekolah Citra Berkat. Selain kemampuan mengolah dan menyampaikan pesan, tak lupa siswa-siswi juga diajarkan kemampuan multimedia terkini. Bagaimana mereka menggunakan alat-alat bantu seperti Internet, media sosial, dan fotografi saat *public speaking* berlangsung.

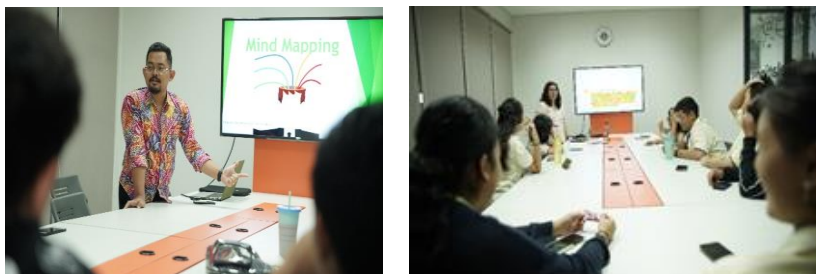
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pelatihan “*Public Speaker for L[y]fe*” bertujuan untuk memberikan pembekalan berbicara di depan publik terutama di ranah bisnis bagi siswa-siswa SMA Citra Berkat. Berawal dari konsep *for L(y)fe*, huruf “y” dalam kata “Life” sebagai pengganti huruf “I” memberikan semangat muda dari kata “young”. Hal ini memberikan gambaran internalisasi berani berwirausaha sejak muda atau sejak dini. Pesan tersirat ini sengaja dipilih oleh tim penyelenggara pelatihan agar mitra sasaran merasakan praktik berbicara di depan publik secara langsung dengan dibekali berbagai keterampilan dan pengetahuan yang menunjang.

Tahapan pertama dalam pelaksanaan pelatihan “*Public Speaker for L[y]fe*” ini adalah *Self Identification* dengan materi yang disampaikan adalah *Mapping Your Ideas, Convey Your Messages, Know Your Audience, dan Spill Out Your Ideas*. Materi *Mapping Your Ideas*

Program Pelatihan Public Speaker for L[y]fe bagi Pengembangan Diri Entrepreneur

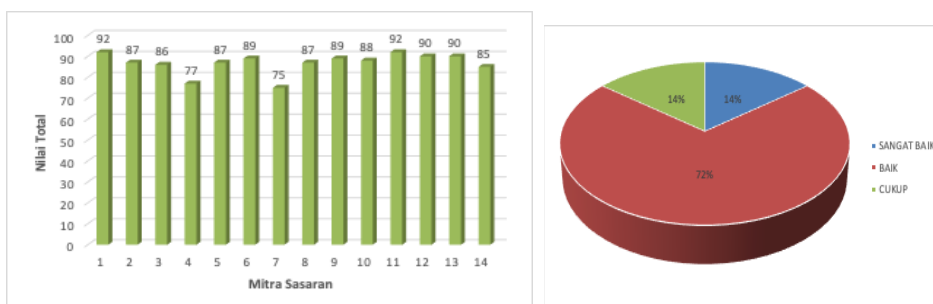
memberikan hasil mitra sasaran dapat menentukan topik dan konten dalam rangka mempersiapkan bahan yang akan digunakan pada praktik *public speaking*. Materi *Convey Your Messages* memberikan peluang bagi mitra sasaran untuk dapat mengoptimalkan pesan dan pilihan kata yang digunakan dalam praktik *public speaking*. Materi *Know Your Audience* menghasilkan sasaran mitra yang mampu meninjau kepada siapa praktik *public speaking* tersebut akan dilakukan. Hal ini juga yang akan digunakan sebagai bahan acuan pembuatan media yang membantu dalam praktik *public speaking* dalam materi *Spill Out Your Ideas*.



Gambar 1. penyampaian materi

Tahapan kedua berupa *Power Presentation* dengan materi *Speak Up Your Ideas*, *Follow Their Styles*, dan *Make You Up*. Secara keseluruhan hasil dari pelatihan *Power Presentation* ini adalah mitra sasaran mampu menggunakan teknik intonasi, pelafalan, dan ekspresi, bahasa tubuh dan *self-grooming* saat berkomunikasi di depan publik dengan tepat. Antusiasme mitra sasaran dalam tahapan kedua ini sangat besar terlihat dari intensitas pertanyaan dan uji coba yang dilakukan.

Tahapan ketiga dalam pelatihan “*Public Speaker for L[y]fe*” adalah *public speaking*. Pada tahapan ini mitra melakukan praktik berbicara di depan publik sesuai dengan bahan dan media yang telah dipersiapkan pada tahapan-tahapan sebelumnya. Mitra sasaran berhasil memberikan penampilan yang mumpuni dari segi persiapan penampilan fisik, teknik berbicara didepan publik, maupun persiapan materi dan media yang digunakan. Pengukuran hasil pelatihan dilakukan secara terbuka dengan kriteria yang telah disampaikan kepada mitra sasaran sebelumnya. Adapun kriteria penilaian sebagai dasar dari pengukuran tingkat keberhasilan program pelatihan *public speaking for L(y)fe* ini adalah konten, media dan *looks* (penampilan secara keseluruhan) yang masing-masing memiliki bobot penilaian 30%, sedangkan 10% yang lain diperoleh dari tingkat kehadiran mitra sasaran dalam setiap materi yang disampaikan. Mengingat program ini berlangsung selama beberapa periode waktu dengan materi yang berbeda. Hasil capaian pembelajaran mitra sasaran dalam program pelatihan “*Public Speaker for L[y]fe*” dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Grafik Hasil Pengukuran Keberhasilan Program (Nilai Total) & Predikat

Pada grafik di atas dapat dilihat bahwa mitra sasaran berhasil mempraktikkan berbicara di depan publik dalam konteks Entrepreneurship dengan nilai tertinggi 92 dan nilai terendah 75, dengan standar nilai 74 sesuai yang telah ditetapkan oleh penyelenggara. Hasil nilai total tersebut kemudian dikategorikan ke dalam beberapa kategori predikat yaitu sangat baik, baik, dan cukup di mana mayoritas mitra sasaran telah mencapai predikat Baik sebesar 72% dari total mitra sasaran

atau peserta pelatihan. Hal ini menjelaskan secara kualitas sudah mencapai di atas rata-rata. Predikat Sangat Baik juga diterima oleh 14% mitra sasaran atau peserta pelatihan atas capaian yang telah diraih. Sedangkan 14% lainnya masih berada dalam batas predikat cukup.

Secara lebih jelas, kriteria penilaian sebagai pengukuran keberhasilan program pelatihan diikuti dengan rubrik penilaian yang jelas. Ada 4 kategori predikat nilai, yaitu Sangat Baik dengan *range* nilai 92-100, Baik dengan *range* nilai 83-91, Cukup dengan *range* nilai 75-82 dan Kurang 0-74. Ketetapan kategori predikat nilai dan *range* nilai ini telah disampaikan kepada mitra sasaran sejak pertemuan pada materi pertama. Hal ini dapat mendorong mitra sasaran untuk menentukan sendiri sampai di predikat nilai yang ingin dituju.



Gambar 3. Praktik Public Speaking

Capaian pembelajaran dalam pelatihan ini selain diukur berdasarkan kriteria penilaian praktik *public speaking* juga dapat diukur dari segi penyelenggaraan kegiatan. Hal yang diukur dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu terkait dengan materi pelatihan, pelatih/fasilitator/instruktur, *benefit of training*, dan evaluasi *organizer*. Pada aspek materi pelatihan, item yang disoroti adalah sistematika penyusunan materi, kesesuaian materi dengan tujuan pelatihan dan kesesuaian materi dengan kondisi/perkembangan saat ini. Aspek pelatih/fasilitator/instruktur diukur tingkat penguasaan materi, kejelasan penyampaian materi, kesesuaian contoh konkret untuk memperjelas materi, penggunaan alat bantu untuk memperjelas materi, penggunaan alat bantu untuk memperjelas materi, kemampuan menjaga perhatian dan antusiasme peserta, tanggapan/jawaban atas pertanyaan peserta, dan alokasi waktu pelatihan. Pada aspek *benefit of training* diukur peningkatan pengetahuan, pemahaman peserta dan peningkatan motivasi peserta untuk melakukan perubahan dan perbaikan diri. Terakhir pada aspek evaluasi *organizer* dilihat terkait Informasi pra *training* dari penyelenggara pelatihan (informasi jadwal, alat penunjang yang perlu disiapkan peserta dll), kualitas konsumsi (jika ada), dan kualitas alat penunjang pelatihan (*handout*, dan lain-lain).

Hasil evaluasi pelatihan *public speaking for L(y)fe* berdasarkan aspek-aspek yang telah ditentukan tersebut menunjukkan bahwa pada aspek materi pelatihan 86% peserta menyatakan bahwa sistematika penyusunan materi, kesesuaian materi dengan tujuan pelatihan dan kesesuaian materi dengan kondisi/perkembangan saat ini telah baik dilaksanakan. Pada aspek pelatih/fasilitator/instruktur juga dirasakan baik dan sangat baik oleh mitra sasaran atau peserta dengan nilai 87%. Pada *item* kemampuan menjaga perhatian dan antusiasme peserta dan tanggapan/jawaban atas pertanyaan peserta mendapatkan skor sempurna 5 yang berarti 100% peserta merasakan sangat baik atas hal tersebut. Aspek *benefit of training* juga dirasakan baik dan sangat baik oleh 82% peserta dan terakhir aspek *organizer* juga dirasakan baik dan sangat baik oleh 82% peserta. Pada *item* kualitas konsumsi memang tidak memiliki bobot nilai karena dalam penyelenggaraan pelatihan ini tidak diberikan konsumsi bagi mitra sasaran atau peserta.

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan penyelenggaraan program pelatihan yang melibatkan mitra sasaran SMA Citra Berkat Surabaya berjalan dengan baik dan terukur. Capaian pembelajaran dapat diukur dengan jelas dari capaian penilaian bagi mitra sasaran atau peserta sebesar 72% berpredikat baik dan 14% berpredikat sangat baik. Hasil evaluasi penyelenggaraan program dari mitra sasaran atau peserta juga menunjukkan bahwa program pelatihan telah dijalankan dengan baik dilihat dari banyaknya respon peserta yang menilai dari aspek materi, pelatih/fasilitator/trainer, *benefit of training* dan *organizer* dengan skor masing-masing lebih dari 80%. Hal ini menjadi kelebihan dalam program pelatihan yang diselenggarakan. Kekurangan juga dirasakan dalam penyelenggaraan program ini terutama pada durasi penyelenggaraan setiap pertemuan yang sangat terbatas. Pengembangan bidang ilmu dan topik pelatihan masih sangat terbuka luas terutama menyesuaikan kondisi yang terjadi. Sebagai contoh pada masa pandemi, optimalisasi teknik pelatihan hendaknya menyesuaikan dengan protokol kesehatan yang disarankan bahkan sangat memungkinkan dijalankan dengan media daring. Saran yang dapat diaplikasikan terutama pada peningkatan jumlah mitra sasaran dan peningkatan motivasi peserta untuk melakukan perubahan dan perbaikan diri, serta kesesuaian materi dengan kondisi/perkembangan saat ini. Hal ini yang menjadi perhatian mitra sasaran atau peserta pelatihan dilihat dari nilai yang diberikan kepada penyelenggara adalah kurang dari 80%.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. M., Citraresmana, E., & Saefullah, N. H. (2018). Keefektifan Promosi Produk Melalui Public Speaking Di Balai Pelatihan Dinas Perkoperasian Dan Wirausaha Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (12), 1043-1046.
- Princes, Z. H. (2010). Pentingnya Profesi Wirausaha di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7 (1), 34-57.
- Rani, M. S., & Teguh, M. (2016). Analisis Implementasi Kewirausahaan Sosial Dalam Program Klinik Sungai Universitas Ciputra. *Buletin Bisnis dan Manajemen*, 2 (2), 59-66.
- Santosa, I. (2014). Masalah Dan Tantangan Pengembangan Kewirausahaan Pada Kalangan Mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 203-207.
- Swastika, G. L. (2020, Mei 12). *Fakultas Ilmu Komunikasi*. Diambil dari <https://www.uc.ac.id/fikom/>: <https://www.uc.ac.id/fikom/copywriting-cara-menyampaikan-pesan/>.
- Wahjudono, D. B., Murwani, F. D., Satrya, D. G., & Aji, I. D. (2019). Determining Factors of Student's Entrepreneurial Intention in Indonesia: A Meta-Analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17 (3), 471-478.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill.