

TALK  **INC**

The Professional Program

Public Speaking

Name : _____

Batch : _____

Program Outlines

ENCOUNTER 1

Public Speaking: The Overview & Profile Mapping

Module 1: Public Speaking: The Overview

Module 2: Profile Mapping (*Individual Video Recording*)

ENCOUNTER 2

The Blueprint & Flow of Mind

Module 3: The Blueprint: Communication Structure

Module 4: Flow of Mind: Train of Thought

ENCOUNTER 3

Strong Presence & Non-Verbal Communication

Module 5: Strong Presence & Awareness

Module 6: Voice & Body Language

ENCOUNTER 4

Creating Impressive Presentation Slides

Module 7: Creating Impressive Presentation Slides

Module 8: Understanding & Handling Audience

ENCOUNTER 5

Final Practice & Assessment

Module 9: Final Practice & Assessment (*BNSP Certification*)

PROFESSIONAL PUBLIC SPEAKING PROGRAM

ENCOUNTER 1 – Public Speaking:

The Overview & Profile Mapping

Name : _____

Batch : _____

PRA-WORKSHOP

- Menurut pendapatmu, jelaskan **3 persyaratan terpenting** yang harus dimiliki seorang public speaker, dan **mengapa** tiap persyaratan itu krusial.

.....

.....

.....

.....

- Ceritakan **2 kekhasan / kekuatan utama** yang sudah Anda miliki sebagai seorang public speaker (misalnya struktur yang rapi, analogi yang tajam, suara yang meyakinkan, tenang saat Q&A).

.....

.....

.....

.....

- Sebagai public speaker, sebutkan **1 tantangan** yang paling sering muncul (misalnya grogi di pembuka, alur melebar, nada monoton), **kapan biasanya muncul** (awal / pertengahan / akhir; online / offline), serta **tanda-tandanya** pada diri atau respons audiens.

.....

.....

.....

.....

MATERI

"If you can speak, you can influence. If you can influence, you can change lives." - Rob Brown

Pengertian dan Peran Public Speaking

Public Speaking adalah **proses merancang dan menyampaikan pesan yang terstruktur kepada audiens tertentu**—biasanya untuk menginformasikan, membujuk, atau mendorong tindakan. Konsep ini berakar dari retorika (Aristoteles) yaitu dinamika antara kredibilitas pembicara (ethos), logika/argumen (logos), dan emosi (pathos) untuk mempengaruhi pendengar.

Peran Public Speaking

- Membuat pesan bermakna (*sense-making*)
- Pendorong keputusan & koordinasi
- Mempengaruhi lawan bicara
- Pembentuk Kredibilitas & Kepercayaan
- Menciptakan dinamika yang menarik

Ragam Public Speaking

1. Presentasi Internal/Eksternal

- Tujuan utama:
 - Internal: menyelaraskan arah & keputusan.
 - Eksternal: meyakinkan pihak luar (klien, mitra, publik).
- Mindset audiens:
 - Internal: sudah tahu konteks, butuh kejelasan prioritas & implikasi.
 - Eksternal: butuh kredibilitas, relevansi, dan mitigasi risiko.

- Delivery:
Nada tegas, *signposting* jelas; Sesuaikan formalitas: internal bisa lebih *direct*, eksternal lebih diplomatik.

2. Seminar

- Tujuan utama: Menginformasikan & memperluas wawasan, memicu rasa ingin tahu.
- Mindset audiens: Beragam latar, motivasi campuran (ingin tahu, cari insight/jejaring).
- Delivery: Narasi cair, contoh/analogi, storytelling ringan. Ritme: variasi tempo + jeda refleksi.

3. Training

- Tujuan utama: Transfer keterampilan atau pengetahuan yang memicu perubahan perilaku.
- Mindset audiens: Datang untuk praktik, bukan hanya ingin tahu.
- Delivery: Gaya Fasilitatif–bertanya, memandu, mengoreksi, bukan ceramah panjang.

4. Press Conference

- Tujuan utama: Menyampaikan fakta & posisi resmi secara ringkas, konsisten, dan terbuka.
- Mindset audiens Media mencari kejelasan, headline, dan konsistensi narasi.
- Delivery: Tenang, tegas, empatik bila menyangkut dampak manusia. Jawaban singkat namun menjaga konsistensi lintas pertanyaan.

5. Media Interview

- Tujuan utama: Mengkomunikasikan pesan inti melalui format tanya-jawab yang dikurasi jurnalis.
- Mindset audiens: Pemirsa/pendengar tidak punya waktu lama; perlu *hook* & kejelasan.

- Delivery: Jawab secara *direct* dan singkat, lalu kembalikan ke pesan inti (*bridging*).

6. Talk Show/Panel

- Tujuan utama: Membangun percakapan yang bernas dan menarik, bukan monolog.
- Mindset audiens: Ingin *insight* segar, dinamika antara narasumber, dan contoh *real-life*.
- Delivery: Conversational—dengarkan,anggapi, bangun di atas pendapat lain.

7. Elevator Pitch

- Tujuan utama: Memicu minat dan membuka pintu percakapan lanjutan—bukan menjelaskan segalanya.
- Mindset audiens: Waktu sangat singkat, perhatian mudah teralihkan.
- Delivery: *Direct*, energik, bahasa sederhana.

8. Town-Hall / Board Briefing

- Tujuan utama; Menyelaraskan arah bersama (visi, prioritas, keputusan)—Menjaga kepercayaan & transparansi di level organisasi.
- Mindset audiens: Ingin kejelasan "*so what*" dan dampak pada tim/anggaran - Ekspektasi konsistensi: satu narasi, metrik jelas, dan ruang Q&A yang jujur.
- Delivery: Nada tegas, tenang, berorientasi keputusan; singkat–jelas–terstruktur.

9. Special-Occasion Speeches

- Tujuan utama: Menandai momen (pengantar/perkenalan, pidato penerimaan, pemberian penghargaan, bersulang, pidato penghormatan, perpisahan, wisuda, dll.)– Memaknai nilai/relasi.
- Mindset audiens: Datang untuk merasakan momen, bukan

menerima data/analisis.

- Delivery: Hangat, tulus, ritme tenang; gunakan bahasa sederhana dan *imagery* ringan.

10. Crisis / Emergency Briefing

- Tujuan utama: Menyampaikan fakta yang diverifikasi, empati, dan langkah penanganan dengan jelas
- Mindset audiens: Cemas, butuh kepastian, waktu perhatian pendek; Sensitif terhadap inkonsistensi, spekulasi, dan defensif.
- Delivery: Tenang, empatik, spesifik; tidak berspekulasi.

Mengenal Audience Anda

Bagaimana Anda mengemas dan menyampaikan pesan tidak terlepas dari situasi dan kondisi “panggung” di mana kita akan berbicara. Ini disebut **spektrum konteks**, yaitu **pemetaan ragam situasi panggung** tempat kita berbicara beserta **karakteristik komunikasinya** yang mempengaruhi **isi (content)** dan **cara penyampaian (delivery)**. Pastikan spektrum konteks merujuk kepada kebutuhan, ekspektasi dan *setting*.

Dimensi utama yang membentuk spektrum

- Tujuan komunikasi
- Profil audiens
 - Demografi: usia, gender, pendidikan, profesi, tingkat ekonomi dan latar belakang budaya
- Media dan *setting*
- Batasan waktu dan interaksi
- Risiko dan sensitivitas
- Standar dan norma forum

Public Speaking Yang Berkualitas

- ***Fully Beneficial for Audience***: menjawab pertanyaan audiens, "What's in it for me?"
- ***Clear Flow***: alur penyampaian tersusun runtut dengan transisi yang jelas
- ***Clear Points***: setiap poin mendukung satu ide utama yang tegas
- ***Great Interaction***: membangun keterlibatan dan pemahaman dua arah
- ***Not Too Long, Not Too Much, Not Too Detailed***: menyampaikan informasi secukupnya agar pesan tetap fokus dan mudah dipahami

TOTAL LOOK: Your Visual Identity

Penampilan adalah bagian dari komunikasi visual yang secara langsung mencerminkan profesionalisme dan konteks peran kita. *Total look* sebaiknya disesuaikan dengan situasi dan audiens agar pesan yang kita sampaikan terlihat selaras dengan citra diri.

Identitas Total Look Profesional:

- ***Business Formal*** merupakan tingkat penampilan paling resmi. Pilih setelan jas berwarna gelap, pantsuit atau tailored dress dengan blazer. Padukan dengan kemeja atau blus formal, aksesoris sederhana serta sepatu tertutup yang rapi. Gaya ini sesuai untuk presentasi eksekutif, pertemuan resmi atau acara dengan tingkat formalitas tinggi.
- ***Business Casual*** menghadirkan kesan profesional tanpa harus mengenakan setelan lengkap. Blazer atau cardigan dapat dipadukan dengan kemeja, blus atau polo serta celana bahan, chino, rok atau gaun kerja. Loafers, flats dan sepatu formal menjadi pilihan yang

sesuai, sedangkan dasi bersifat opsional. Gaya ini umum digunakan untuk presentasi internal, pelatihan dan kegiatan networking.

- **Smart Casual** memberikan ruang lebih luas untuk menampilkan karakter pribadi dalam batas yang tetap rapi. Pilih kemeja, polo, blus atau sweater yang dipadukan dengan chino atau celana denim berwarna gelap tanpa detail sobek. Blazer atau cardigan dapat ditambahkan untuk memperkuat kesan profesional. Gaya ini sesuai untuk forum kreatif dan kegiatan profesional dengan suasana yang lebih santai.

Profile Mapping

Gunakan bagian kosong berikut ini untuk melakukan persiapan sebelum perekaman profil. Agar proses perekaman lancar, tuliskan poin-poin yang akan Anda sampaikan dalam rekaman yang berdurasi 2-3 menit. Topik yang dipresentasikan dibebaskan dan akan dilakukan penilaian awal kemampuan Public Speaking Anda.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Catatan

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Pemberian Tugas Pasca Pra-workshop

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PROFESSIONAL PUBLIC SPEAKING PROGRAM

ENCOUNTER 2 - The Blueprint &

Flow of Mind

Name : _____

Batch : _____

PRA WORKSHOP

1. Seberapa jelas dan meyakinkan kemampuan menyampaikan pikiran secara terstruktur? Gunakan skala 1 sampai 10, lalu jelaskan alasannya.

.....

.....

.....

.....

2. Bagian mana yang paling menantang dalam presentasi: opening, menyusun isi atau closing? Jelaskan tantangan yang paling sering muncul.

.....

.....

.....

.....

3. Apa satu hal yang paling ingin ditingkatkan agar pesan tersampaikan secara jelas, kuat dan berkesan?

.....

.....

.....

.....

MATERI

“Because every great message needs the right structure.”

Setiap komunikasi membawa tujuan dan isi. Tujuan memberikan arah terhadap pesan, sedangkan isi menentukan kekuatan pesan yang diterima oleh audiens. Kedua unsur tersebut menjadi dasar dalam menyusun komunikasi yang terarah dan bermakna.

Context vs Content

Context menunjukkan tujuan yang ingin dicapai melalui komunikasi. **Content** menunjukkan bobot berupa informasi, gagasan atau data yang membentuk pesan. Setelah tujuan dan bobot pesan ditentukan, tingkat dampak komunikasi juga perlu diperjelas. Pesan dapat diarahkan untuk membangun pemahaman, memberikan kejelasan, menciptakan hubungan emosional atau mendorong tindakan.

Speak with Impact

Sejauh mana Anda ingin pesan Anda tersampaikan kepada audiens atau lawan bicara Anda? Apakah sekedar memberi informasi, atau melakukan klarifikasi, atau sampai menginspirasi bahkan memotivasi?

- **Inform** adalah tahap menyampaikan informasi dengan jelas dan terstruktur agar audiens memahami konteks sebelum masuk ke inti pesan.
- **Clarify** berarti membantu audiens melihat hubungan antar-ide dan menjernihkan hal yang mungkin membingungkan.
- **Inspire** adalah saat pembicara menyentuh emosi audiens melalui

cerita, pengalaman, atau nilai yang relevan.

- **Motivate** menjadi langkah akhir yang mengubah inspirasi menjadi tindakan. Di tahap ini, pembicara memberi dorongan positif dan ajakan nyata agar audiens mau bergerak, baik untuk berpikir berbeda, mencoba hal baru, atau membuat perubahan.

Tujuan komunikasi memberikan arah terhadap pesan yang akan disampaikan. Tujuan tersebut memerlukan alur berpikir yang teratur agar gagasan dapat dikembangkan dan disampaikan secara jelas.

Flow of Mind

Flow of Mind merupakan pendekatan yang membantu seseorang menyampaikan alur pikiran yang jernih, logis, dan terarah agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh audiens. Konsep ini terdiri dari tiga langkah utama: *Organize – Process – Express*.

- *Organize* berarti menata ide, menentukan apa yang penting, dan menyusun prioritas pikiran.
- *Process* adalah tahap menghubungkan ide menjadi struktur yang logis dan mudah diikuti.
- *Express* merupakan proses menyampaikan hasil pemikiran dengan bahasa yang jelas, ringkas, dan relevan dengan audiens.

Melalui ketiga langkah ini, Flow of Mind membantu seseorang menjaga agar pesan tetap mengalir karena komunikasi yang efektif berawal dari proses berpikir yang tertata.

The Blueprint

Struktur komunikasi idealnya mengikuti komposisi berikut:

- 10% opening yang impresif
- 70% content yang terstruktur
- 20% closing yang “powerful”

Opening dalam Public Speaking

Ada 4 elemen penting yang perlu dicermati dalam opening, yang disingkat menjadi **GISI**:

1. Greetings

Sapalah audiens dengan energi positif, ucapkan “selamat pagi/selamat siang/selamat malam”, atau salam “assalamualaikum” dst. Tunjukkan antusiasme saat Anda berhadapan dengan Audiens.

2. Introduction

Saat tampil di depan audiens, jangan langsung masuk ke materi. Mulailah dengan memperkenalkan diri — siapa Anda, apa latar belakang Anda, atau dari institusi mana Anda berasal. Bangunlah *rapport* dengan menunjukkan empati & kedekatan. Lalu, berikan gambaran singkat tentang topik yang akan dibahas. Ingat, audiens selalu ingin tahu “*kita akan bicara soal apa hari ini*” sejak menit pertama Anda berbicara.

3. Storytelling

Anda juga bisa memulai dengan sebuah cerita yang menyentuh emosi dan relevan dengan topik yang akan dibahas. Sajikan

secara runtut agar audiens merasa terhubung. Tujuannya adalah untuk membangkitkan rasa ingin tahu Audiens.

4. *Interaction*

Hanya menyapa dan memperkenalkan diri ternyata tidak cukup untuk menarik perhatian audiens. Cobalah berinteraksi sejak awal—misalnya dengan melemparkan pertanyaan sederhana yang mengundang partisipasi.

Sebagai contoh: “Jenis makanan seperti apa yang Anda sukai?” lalu sambungkan dengan tujuan / topik presentasi Anda.

Body Content

1. *What*

Mulailah dengan menjelaskan apa yang sedang dibahas. Sampaikan gagasan, situasi atau proses utama, lalu berikan konteks yang cukup agar audiens memiliki titik awal yang sama. Pilih informasi yang membantu mereka memahami persoalan tanpa kehilangan fokus pada detail yang kurang penting.

2. *So What*

Setelah topiknya jelas, jawab pertanyaan yang mungkin muncul dalam pikiran audiens: “Mengapa hal ini penting bagi saya?” Hubungkan pesan dengan kebutuhan, pengalaman atau dampak yang mereka hadapi. Gunakan data untuk memperkuat alasan serta contoh atau cerita untuk membuat dampaknya terasa lebih nyata.

Tujuh Pendekatan Flow of Mind

Tujuh pendekatan Flow of Mind membantu memilih struktur berpikir yang paling sesuai dengan tujuan komunikasi Anda.

1. Problem–Solution

Dimulai dengan memaparkan masalah, dan diakhiri dengan pemberian solusi agar audiens memahami tujuan pembicaraan Anda.

2. Cause–Effect

Dimulai dengan memaparkan sebab dan diakhiri dengan menunjukkan akibat, sehingga audiens memahami hubungan logis antara peristiwa atau data yang disampaikan.

3. Chronological

Pembahasan dimulai dari masa yang lampau dan diakhiri dengan kondisi di masa sekarang, untuk menunjukkan proses perubahan secara runtut.

4. Theory–Practice

Diawali dengan penjelasan teori dan diikuti dengan penerapan praktisnya, agar audiens mengetahui bagaimana ide bisa diterapkan.

5. Acronym

Cara memaparkan isi yang dibentuk dari singkatan dari unsur-unsur penting agar audiens mudah mengingat sejumlah elemen sekaligus.

6. Numerical Order

Pendekatan ini menyusun poin penjelasan dalam urutan angka (pertama, kedua, ketiga...) sehingga struktur pesan menjadi lebih mudah diikuti dan diingat.

7. Psychological Effect

Alur pemaparan disusun berdasarkan tingkatan dampak psikologis, misalnya yang paling penting atau paling berdampak, karena otak manusia lebih mudah mengingat

hal yang terasa bermakna atau mendesak.

3. Now What

Setelah relevansinya dipahami, berikan arah yang jelas. Ajak audiens menentukan apa yang dapat dilakukan, diubah atau dipertimbangkan berdasarkan pesan tersebut. Arahan dapat berupa langkah sederhana, keputusan, perubahan kebiasaan, pertanyaan reflektif atau *call to action* yang sesuai dengan tujuan presentasi.

Closing – Make It Memorable

Tidak cukup hanya menyusun isi presentasi dengan runtut dan terstruktur. Anda harus meninggalkan kesan mendalam sehingga pesan yang disampaikan tidak berhenti sampai “sekilas info” tetapi menggugah bahkan mendorong audiens untuk bertindak. Berikut adalah aspek-aspek yang membuat *closing* yang “powerful”:

- **Summary – Merangkum Pesan Utama**

Berfungsi untuk menutup dengan merangkum kembali isi utama presentasi secara singkat dan jelas. Tujuannya adalah memastikan audiens meninggalkan ruangan dengan pemahaman yang utuh tentang apa yang sudah dibahas. Menyoroti poin-poin penting tanpa mengulang seluruh isi, cukup garis besarnya saja.

- **Recap – Menegaskan Inti atau Makna**

Recap bukan sekadar mengulang isi, tetapi menegaskan kembali makna atau pesan kunci yang ingin ditinggalkan. Di sini, pembicara menautkan kembali isi presentasi dengan tujuan awal atau nilai utama yang ingin ditekankan.

- **Punchline – Menutup dengan Kesan dan Emosi**

Punchline adalah kalimat penutup yang dirancang untuk meninggalkan kesan mendalam pada audiens. Beberapa teknik

yang dapat digunakan meliputi:

- ★ **Rhetorical Question:** Pertanyaan yang tidak memerlukan jawaban langsung dan mengajak audiens merenungkan pesan utama setelah presentasi berakhir.
- ★ **Relevant Quote:** Kutipan yang sesuai dengan topik untuk memperkuat pesan melalui pemikiran atau pengalaman tokoh yang relevan.
- ★ **Compelling Imagery:** Kalimat deskriptif atau perumpamaan yang membentuk gambaran mental agar pesan terasa lebih konkret dan mudah diingat.
- ★ **Personal Philosophy:** Pernyataan mengenai prinsip atau keyakinan pribadi yang merangkum cara pembicara memandang topik yang disampaikan.
- ★ **Strong Commitment:** Pernyataan tegas yang mendorong tindakan tertentu sebagai tindak lanjut dari pesan yang telah disampaikan.
- ★ **Unique Tagline:** Ungkapan singkat dan khas yang merangkum pesan utama sekaligus menjadi penanda akhir yang mudah diingat.

Head-Heart-Hand

Komunikasi yang seimbang adalah komunikasi yang menyentuh pikiran, menggerakkan hati, dan mendorong tindakan. Oleh karena itu, dalam menyusun blueprint, Anda perlu selalu mengingat untuk memastikan kesinambungan dinamika antara Head-Heart-Hand. Ketika ketiganya berpadu, pesan tidak hanya dipahami dan dirasakan, tetapi juga diwujudkan dalam tindakan.

o Head – Logika yang Membangun Kejelasan

Head mewakili sisi logis dalam komunikasi. Struktur yang runtut,

data yang valid dan argumentasi yang rasional membantu audiens memahami pesan serta mempercayai informasi yang disampaikan.

- o **Heart – Emosi yang Menumbuhkan Koneksi**

Heart mewakili unsur emosi dan empati yang membuat pesan terasa relevan secara personal. Ketika audiens merasa dipahami dan terhubung, pesan tidak hanya diterima sebagai informasi, tetapi juga memiliki makna bagi mereka.

- o **Hand – Aksi yang Menggerakkan Perubahan**

Hand mewakili arah tindakan yang diharapkan setelah pesan disampaikan. Ajakan yang jelas membantu audiens memahami langkah berikutnya sehingga presentasi tidak berhenti pada pemahaman, tetapi menghasilkan dampak nyata.

My Presentation Blueprint

Topik:

.....
.....

Tujuan:

☐ *Inform* ☐ *Clarify* ☐ *Inspire* ☐ *Motivate*

Bagian	Panduan	Rancangan Saya
Opening 10%	Bagaimana Anda akan membuka dan menarik perhatian audiens?	

Content 70%	Susun pesan dengan <i>What, So What</i> dan <i>Now What</i> .	
Closing 20%	Apa pesan atau tindakan yang ingin ditinggalkan kepada audiens?	

Pendekatan Flow of Mind yang digunakan:

- ☐ *Problem–Solution* ☐ *Cause–Effect* ☐ *Chronological*
☐ *Theory–Practice* ☐ *Acronym* ☐ *Numerical Order*
☐ *Psychological Effect*

Catatan

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Pemberian Tugas Pasca Pra-workshop

.....

.....

.....

.....

.....

PROFESSIONAL PUBLIC SPEAKING PROGRAM

ENCOUNTER 3 - Strong Presence
& Non-Verbal Communication

Name : _____

Batch : _____

PRA WORKSHOP

1. Ketika rasa gugup muncul, perubahan apa yang paling Anda rasakan pada pernapasan, suara ataupun tubuh?

.....

.....

.....

.....

2. Dari aspek suara, kontak mata, ekspresi, gestur atau postur, aspek mana yang paling sulit Anda kendalikan saat berbicara? Apa yang ingin Anda perbaiki dari aspek tersebut?

.....

.....

.....

.....

3. Menurut penilaian Anda, seberapa selaras suara dan bahasa tubuh Anda dengan pesan yang ingin disampaikan? Berikan nilai 1 sampai 10 dan jelaskan alasannya secara singkat.

.....

.....

.....

.....

MATERI

“People believe what they see more than what they hear.”

Strong presence dapat dipahami sebagai kemampuan seorang pembicara untuk menghadirkan dirinya secara utuh di hadapan audiens, bukan hanya secara fisik tetapi juga dengan pikiran yang fokus, emosi yang terkendali, dan energi yang konsisten. Strong presence dapat membuat audiens merasa diperhatikan, percaya dengan pesan yang dibawakan, serta lebih mudah terhubung dengan pembicara.

Building Strong Presence

Untuk mewujudkan strong presence, seorang public speaker perlu lebih dulu menata suasana hati agar energi yang ditampilkan tetap stabil dan meyakinkan dengan cara:

Box Breathing

Bayangkan setiap tarikan dan hembusan napas membentuk empat sisi kotak yang seimbang.

- Tarik napas perlahan lewat hidung selama empat hitungan.
- Tahan napas selama empat hitungan, biarkan tubuh tetap diam dan stabil.
- Hembuskan napas perlahan lewat mulut selama empat hitungan, lepaskan ketegangan secara bertahap.
- Ulangi pola ini beberapa kali hingga napas terasa lebih teratur, tubuh lebih tenang, dan pikiran lebih fokus.

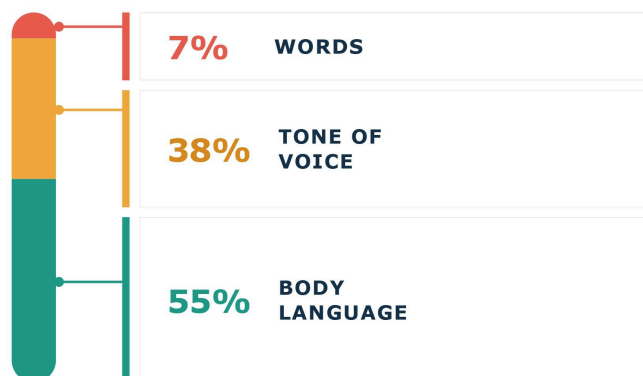
Mantra

Mantra merupakan tombol cepat yang bisa membantu Anda kembali

ke rasa percaya diri sebelum tampil.

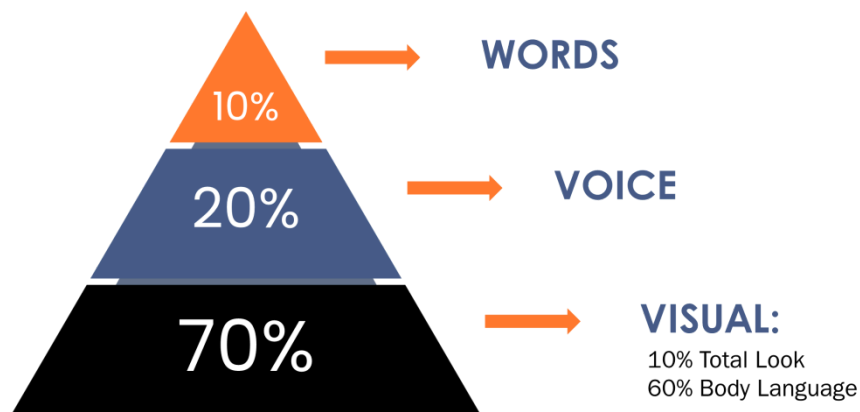
- Pilih satu kalimat pendek yang positif dan mudah diingat, misalnya "Saya siap dan tenang" atau "Saya menguasai ruangan ini".
- Ucapkan kalimat tersebut secara perlahan di dalam hati, bisa bersamaan dengan menarik dan menghembuskan napas.
- Gunakan mantra ini setiap kali Anda merasa gugup, sehingga tubuh dan pikiran terbiasa menjadikannya sinyal untuk kembali stabil dan fokus.

Kondisi internal yang stabil menjadi dasar bagi penyampaian yang terarah. Setelah kesiapan terbentuk, pesan diterima audiens melalui tiga unsur utama, yaitu kata-kata, suara dan tampilan visual. Makna tidak hanya dibentuk oleh apa yang diucapkan, tetapi juga oleh cara pembicara menggunakan suara, arah pandang, gerakan serta penampilan. Unsur-unsur tersebut membentuk komunikasi nonverbal yang dapat memperkuat atau bahkan menggantikan makna verbal. Besarnya kontribusi sinyal nonverbal terhadap kesan audiens digambarkan melalui kerangka studi Mehrabian (1967-1972) berikut:



Communication Hierarchy (Words-Voice-Visual)

Dalam Public Speaking, makna pesan tidak hanya datang dari kata-kata yang kita ucapkan. Erwin Parengkuan (2019) dalam *Strategi Sukses Berkomunikasi Secara Efektif* menjelaskan bahwa hanya sekitar **10%** kesan komunikasi ditentukan oleh *words* atau pilihan kata yang kita gunakan. Sekitar **20%** lainnya berasal dari *voice*, yaitu cara kita mengucapkannya: intonasi, tempo, volume dan penekanan nada. Sementara itu, porsi terbesar, yakni sekitar **70%**, terbentuk melalui aspek *visual*, meliputi **10% total look** (penampilan dan gaya berpakaian) serta **60% body language** (postur, gestur, ekspresi wajah dan kontak mata).



VOICE

Suara bukan sekadar alat untuk menyampaikan kata, tetapi juga cerminan emosi dan profesionalisme pembicara. Pengelolaan suara yang tepat membuat penyampaian lebih jelas, hidup dan mudah diikuti.

SMILING VOICE → Vocal Presence & Energy Transmission

Melalui *smiling voice*, nada bicara terdengar hangat dan tulus bahkan tanpa perlu dilihat wajahnya. Berikut ini adalah elemen suara yang dapat membantu menjaga ritme, kejelasan, dan pengendalian saat berbicara:

- **Jeda** — Ruang bagi pembicara untuk bernapas dan berpikir, memberi waktu bagi audiens untuk mencerna informasi.
- **Artikulasi** — Mengucapkan setiap kata dengan jelas dan tegas; menunjukkan kepercayaan diri.
- **Penekanan** — Memberi aksen atau tekanan pada kata tertentu untuk menonjolkan makna penting.
- **Senyum** – Menyuarakan kehangatan.
- **Semangat** – Menyalurkan energi melalui variasi suara agar penyampaian terasa hidup. Tingkat energi tetap disesuaikan dengan topik, situasi dan karakter audiens.

Verbal Filler

Verbal filler adalah suara, kata atau frasa yang muncul ketika pembicara membutuhkan waktu untuk berpikir. Penggunaan sesekali merupakan bagian alami dari percakapan. Namun, ketika muncul berulang dan tidak menambah makna, filler dapat mengganggu kejelasan serta mengalihkan perhatian audiens. Kenali pola yang paling sering muncul, lalu gunakan jeda untuk memberi waktu bagi pikiran sebelum melanjutkan pesan.

Verbal Filler Bingo

Cara bermain: Isi tiga kotak Filler Lain sesuai kebiasaan pembicara, lalu tandai setiap kategori yang terdengar. Satu garis horizontal, vertikal atau diagonal membentuk BINGO. Kotak Jeda Terarah merupakan free space.

Eee... / Emm... / Um... / Hmm...	Eh... / Ah...	Anu...	Apa namanya... / Apa ya... / Apa itu... / Gimana ya...
Ini... ini...	Jadi... / Nah...	JEDA TERARAH (FREE SPACE)	Oke... / Okay... / Baik...
Terus...	Ya... / Kan...	Kayak... / Kayaknya...	Gitu... / Begitu...
Basically... / Literally...	Filler Lain 1 _____	Filler Lain 2 _____	Filler Lain 3 _____

Filler yang paling sering terdengar:

Jumlah jenis filler yang teramati:

Fokus perbaikan pembicara:

Body Language

Bahasa tubuh merupakan rangkaian sinyal visual yang terlihat melalui posisi kepala, gerakan tangan dan tumpuan kaki. Dalam *public speaking*, ketiga area tersebut membentuk persepsi audiens terhadap kepercayaan diri, keterbukaan dan energi pembicara.

KEPALA: Arah Pandang dan Ekspresi

Posisi kepala yang tegak menunjukkan kesiapan dan kepercayaan diri. *Eye contact* yang terarah membantu membangun hubungan dengan audiens, sedangkan ekspresi wajah memberi warna emosional pada pesan. Senyum dapat digunakan dalam tingkat yang berbeda sesuai suasana komunikasi, sementara *poker face* membantu menetralkan reaksi spontan sebelum ekspresi kembali disesuaikan dengan pesan.

TANGAN: Keterbukaan dan Penekanan

Tangan membantu memperjelas bentuk, arah dan penekanan dalam pesan. Gestur yang terbuka, terarah dan seimbang menciptakan kesan hangat serta mengundang keterlibatan audiens. Gerakan berulang tanpa tujuan, menyembunyikan tangan atau memainkan jari dapat menunjukkan ketegangan dan mengalihkan perhatian dari pesan.

KAKI: Stabilitas dan Energi

Kaki menjadi fondasi kestabilan tubuh saat berbicara. Posisi kaki membuka selebar bahu, tumpuan berat badan yang seimbang serta lutut dan bahu yang rileks membantu menjaga postur tetap tegak dan energi tetap terkendali. Perpindahan tanpa tujuan, tumpuan pada satu sisi atau posisi tubuh yang terlalu kaku dapat mengurangi

kesan siap dan percaya diri.

Dalam komunikasi dua arah, kepala, tangan dan kaki dapat diselaraskan melalui *mirror and match*, yaitu menyesuaikan tingkat energi, tempo, ekspresi atau gerakan dengan lawan bicara secara halus dan wajar. Keselarasan tersebut membantu menciptakan interaksi yang lebih nyaman dan terhubung.

Seluruh teknik tersebut bertemu pada satu tujuan, yaitu menghadirkan pesan yang konsisten antara isi, suara dan tampilan.

EVALUASI BAHASA TUBUH

KATEGORI	PENILAIAN	KATEGORI	CATATAN / REKOMENDASI PERBAIKAN
P O S T U R			
Gugup/gelisah	1 2 3 4 5	Tenang/terkendali	
Ragu-ragu	1 2 3 4 5	Percaya diri	
Membungkuk	1 2 3 4 5	Tegak	
Kaku	1 2 3 4 5	Rileks	
G E S T U R			
Dibuat-buat/kaku	1 2 3 4 5	Alami/spontan	
Acak/tanpa arah	1 2 3 4 5	Bermakna	
Pasif/minim energi	1 2 3 4 5	Hidup/berenergi	
Tertutup/ragu-ragu	1 2 3 4 5	Terbuka/leluasa	
Mendistraksii pesan verbal	1 2 3 4 5	Memperkuat pesan verbal	
E K S P R E S I W A J A H			
Datar/tanpa ekspresi	1 2 3 4 5	Ekspresif	
Mudah terbaca	1 2 3 4 5	Poker face	
Dibuat-buat	1 2 3 4 5	Alami/tulus	
Tidak selaras dengan pesan	1 2 3 4 5	Sesuai dengan isi pesan	
K O N T A K M A T A			
Dipaksakan	1 2 3 4 5	Alami	
Terpaku pada pola tertentu	1 2 3 4 5	Mengalir tanpa pola kaku	
Tatapan tidak membangun koneksi	1 2 3 4 5	Tatapan membangun koneksi	

Catatan

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Pemberian Tugas Pasca Pra-workshop

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PROFESSIONAL PUBLIC SPEAKING PROGRAM

ENCOUNTER 4 - Creating
Impressive Presentation Slides

Name : _____

Batch : _____

PRA WORKSHOP

1. Ketika menyaksikan sebuah presentasi, hal apa pada tampilan slide yang membuat Anda lebih mudah memahami pesan atau justru kehilangan fokus?

.....

.....

.....

.....

2. Menurut Anda, bagian mana dari proses pembuatan slide yang paling menantang untuk dilakukan dengan baik, dan mengapa?

.....

.....

.....

.....

3. Ketika audiens mulai kehilangan perhatian atau mengajukan pertanyaan yang sulit dan di luar topik, apa yang biasanya Anda lakukan untuk menjaga keterlibatan audiens tanpa kehilangan arah presentasi?

.....

.....

.....

.....

MATERI

Dalam berbagai bidang pekerjaan, kemampuan menyampaikan presentasi bukan lagi sekadar pelengkap, tetapi bagian penting dari komunikasi profesional. Sebuah presentasi yang efektif tidak hanya bergantung pada isi materi, tetapi juga pada bagaimana pesan divisualisasikan melalui slide yang jelas, terstruktur, dan menarik. Slide yang baik membantu audiens memahami pesan lebih cepat dan membentuk kesan yang kuat terhadap pembicara.

Tiga Komponen Presentasi

Setiap presentasi yang efektif selalu berdiri di atas tiga pilar utama: Presenter, Tools, dan Audience. Ketiganya saling terhubung dan tidak dapat berdiri sendiri.

1. **Presenter** adalah sumber utama dari seluruh pesan. Cara Anda berbicara, menatap audiens, dan menampilkan ekspresi akan membentuk kesan pertama yang sulit diubah. Dari sini muncul kredibilitas apakah Anda tampak meyakinkan dan layak dipercaya.
2. **Tools** berfungsi sebagai pendukung utama. Slide, pointer, atau elemen visual lainnya bukan untuk menggantikan peran pembicara, melainkan untuk memperjelas gagasan. Tools yang baik tidak mengambil alih peran pembicara, tetapi membantu audiens memahami informasi yang disampaikan dengan cepat dan mudah.
3. **Audience** adalah arah dari seluruh proses komunikasi. Setiap keputusan desain dan isi presentasi harus didasarkan pada pemahaman tentang siapa yang Anda hadapi seperti apa kebutuhan, latar belakang, dan harapan audiens.

Ketiganya membentuk sinergi: presenter menyampaikan pesan, tools memperkuatnya, dan audiens menjadi tujuan akhirnya. Jika salah satu komponen diabaikan, keseluruhan pesan akan kehilangan keseimbangan.

Dalam mempresentasikan slide terdapat 7 hal yang harus diingat yakni:

1. Supersize Message

Setiap slide sebaiknya hanya memuat satu pesan utama yang dapat dipahami dalam sekejap. Ketika terlalu banyak informasi dimasukkan, audiens akan kesulitan menemukan inti gagasan yang disampaikan. Gunakan satu *headline* yang berbentuk pernyataan atau klaim untuk menegaskan pesan tersebut, lalu pastikan seluruh elemen visual di dalamnya mendukung arah yang sama.

2. Picture Superiority Effect

Otak manusia jauh lebih cepat memproses gambar dibandingkan teks karena itu visual memiliki peran penting dalam membantu audiens memahami pesan dalam waktu singkat. Gunakan prinsip *S-M-L composition* untuk mengatur hierarki perhatian: elemen Large (L) menjadi fokus utama, Medium (M) mendukung pesan, dan Small (S) melengkapi detail. Dengan pengaturan seperti ini, mata audiens langsung tahu mana yang harus dilihat lebih dulu dan pesan utama pun tersampaikan dengan lebih kuat.

3. Take Type Seriously

Banyak slide kehilangan daya karena teksnya sulit dibaca. Padahal, teks adalah elemen pertama yang membantu audiens memahami pesan sehingga keterbacaan menjadi prinsip utama dalam desain presentasi. Pastikan ukuran font proporsional

dengan ukuran judul minimal 32 pt dan ukuran isi sekitar 28 pt agar tetap jelas dan bisa terbaca dari jarak jauh. Kemudian, pastikan kontras warna cukup tinggi dengan hindari teks gelap di atas latar belakang gelap karena warna yang kontras membantu audiens menangkap pesan dengan nyaman dan membuat pesan terbaca jelas.

4. Use Color Wisely

Warna bukan sekadar pemanis visual, tetapi sarana untuk memahami pesan dengan lebih cepat dan memperkuat identitas. Pertama, gunakan warna berdasarkan fungsi, seperti menandai perbedaan bagian atau menyorot poin penting. Kedua, pastikan pemilihan warna selaras dengan identitas brand agar presentasi terasa konsisten dan profesional. Ketiga, pahami makna psikologis di balik warna yang digunakan. Setiap warna memiliki asosiasi emosional tertentu yang dapat mempengaruhi persepsi dan suasana presentasi.

5. Make Information Interesting

Jika terlalu banyak kalimat bacaan akan membosankan dan tidak menarik audiens untuk mendengarkan Anda atau bahkan melihat slide presentasi Anda. Gunakan grafik yang sederhana agar pesan utama mudah terlihat, lalu lengkapi dengan grafik dan tabel untuk membantu audiens memahami konteksnya.

6. Keep It Simple

Simpel bukan berarti ringkas atau sedikit, tetapi sederhana mengandung pesan tanpa bertele-tele, mudah dipahami dengan sekali baca/mendengarkan, tidak terlalu heboh atau ramai sehingga meninggalkan kesan tidak profesional. Sederhananya kalimat pada presentasi Anda akan memudahkan Audiens dalam mengelola informasi.

7. Don't Forget Your Audience

Desain slide bukan soal selera pribadi, tetapi tentang siapa yang akan melihatnya. Slide untuk audiens korporat biasanya menekankan kejelasan dan kredibilitas, dengan tampilan bersih, warna netral, dan struktur yang rapi. Sebaliknya, audiens kreatif lebih menghargai tampilan yang unik dan ekspresif, dengan warna dan tata letak yang lebih dinamis. Karena itu, desain perlu disesuaikan dengan karakter dan konteks audiens agar pesan tersampaikan secara tepat.

Setiap audiens memiliki karakter dan cara merespons yang berbeda. Ada yang terbuka dan ramah, ada yang netral dan tenang, ada yang tampak hadir karena kewajiban, dan ada pula yang kritis atau menantang. Seorang pembicara yang cermat akan mampu membaca sinyal ini sejak awal untuk menyesuaikan cara berinteraksi dengan audiens agar komunikasi tetap efektif dan suasana tetap terkendali.

Type Audiens	Ciri Audiens
Friendly Audience	
Neutral Audience	
Disinterested Audience	
Hostile Audience	

Menangani Audiens

Respons audiens dapat berubah selama presentasi. Ketika perhatian menurun, pembicara dapat menggunakan jeda, pertanyaan singkat atau menghubungkan kembali materi dengan kebutuhan audiens. Saat menghadapi pertanyaan sulit atau di luar topik, apresiasi dan klarifikasi pertanyaan, jawab sesuai informasi yang dikuasai, sampaikan apabila diperlukan *follow up*, lalu arahkan kembali pembahasan pada tujuan presentasi.

Creating Presentation Slides with AI

Artificial Intelligence dapat membantu mengembangkan ide, menyusun alur, merangkum sumber, menghasilkan alternatif visual dan membuat rancangan awal presentasi. AI berfungsi sebagai *creative assistant* yang mempercepat proses, bukan sebagai pengganti keputusan pembuat presentasi. Setiap hasil tetap perlu diperiksa dari sisi akurasi informasi, relevansi dengan audiens, konsistensi identitas serta kejelasan pesan.

Agar AI menghasilkan rancangan yang lebih terarah, gunakan empat unsur COMOFLOL dalam memberi *prompt*:

1. **COntext** menjelaskan latar belakang presentasi, tujuan, pesan utama, profil audiens, durasi serta situasi penggunaannya. Konteks membantu AI memahami apa yang perlu disampaikan dan kepada siapa pesan tersebut ditujukan.
2. **MOodboard** memberikan arah visual melalui pilihan warna, tipografi, komposisi, suasana serta contoh desain. Moodboard membantu menjaga agar hasil visual tidak bersifat acak dan tetap sesuai dengan identitas yang diinginkan.
3. **FLOW** menjelaskan perjalanan pesan dari pembuka, isi hingga

penutup. Flow dapat dilengkapi dengan urutan topik atau kebutuhan setiap slide agar presentasi memiliki alur yang logis dan tidak sekadar menjadi kumpulan informasi.

4. **References** menyediakan sumber materi, data, dokumen, pedoman merek atau contoh presentasi yang digunakan sebagai dasar. Referensi membantu meningkatkan akurasi isi sekaligus memberikan batasan yang lebih jelas kepada AI.

COMOFLOR membantu memberikan arahan yang jelas kepada AI, tetapi kualitas presentasi tidak ditentukan oleh kecanggihan tools. Pembuat presentasi tetap perlu memahami audiens, menentukan pesan utama, memeriksa akurasi dan mengolah hasil agar memiliki tujuan serta karakter.

Catatan

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Pemberian Tugas Pasca Pra-workshop

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PROFESSIONAL PUBLIC SPEAKING PROGRAM

**ENCOUNTER 5 - Final Practice &
Assessment (BNSP Certification)**

Name : _____

Batch : _____

Catatan

[illegible]

[illegible]