

Menjadi Pembicara Publik Andal: Fenomena *Public Speaker*, Antara Kebutuhan dan Tren

Ronny H. Mustamu

Abstract: As the overwhelming information is on the rise, effective communication is a necessary strategy for public speakers to deliver the message to a wide range of audiences. This article discusses strategies of becoming good and reliable public speakers. It argues that public speaking requires not only speaking skill, but also a basis competence integrating other three elements into the skill, science, art, and soul.

Keywords: public speaker, competence, reliable strategy, speaking skill

Abstrak: Di tengah gempuran jutaan informasi yang muncul di hadapan kita setiap hari, menuntut seorang *public speaker* untuk memikirkan strategi yang andal agar pesan tersampaikan secara efektif dan bertahan lama dalam benak audien. Artikel ini berpendapat bahwa *public speaking* bukan sekedar sebagai keterampilan berbicara, namun sudah menjadi sebuah kompetensi yang mensyaratkan terintegrasinya empat unsur dalam diri *public speaker*, yakni *science, skills, arts* dan *souls*.

Kata kunci: public speaker, kompetensi, strategi andal, modul public speaking

“He who loves practice without theory is like the sailor who boards ship without a rudder and compass and never knows where he may cast.” Leonardo da Vinci

Ronny H. Mustamu (mustamu@peter.petra.ac.id) adalah Dosen UK Petra Surabaya, Direktur *Quadrant Business & Communications* (consulting), Area Governor of Toastmasters International, District 87 Brunei Darussalam, Indonesia, Malaysia.

Pendahuluan

Public Speaking adalah sebuah kemampuan mengekspresikan gagasan di hadapan publik melalui kompetensi berpidato. Kita dapat menarik kajian akademik atas kompetensi tersebut hingga ribuan tahun ke belakang. Namun, hal tersebut bukanlah maksud dari tulisan ini. Tulisan ini disiapkan untuk mengajak para pendidik agar memahami bahwa tantangan masa depan sangat menuntut kemampuan komunikasi yang prima. Komunikasi interpersonal maupun komunikasi publik. Silberman (2003) bahkan memasukkan unsur *Public Speaking* di dalam alat pengukuran gaya kepemimpinan seseorang. Sedangkan Carter, Ulrich, Goldsmith (2005) mengungkap bahwa seorang pemimpin perlu memiliki kemampuan *public speaking* agar dan sadar tentang bagaimana komunikasi mereka dapat mempengaruhi orang lain.

Dalam era masyarakat informatif seperti saat ini, ragam teknik pencarian sumber informasi dan akurasi informasi yang diperoleh sangatlah penting dalam proses pengambilan keputusan professional. Hal itu menunjukkan pula bahwa kapasitas komunikator (publik) dalam menyajikan gagasan-gagasannya sangatlah mengedepan. Sebagaimana layaknya beragam kasus lain, seringkali masalah timbul bukan dari isi pesan yang dibangun, bukan pula dari teknologi yang dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan penyampaian pesan. Persoalan utama yang sering melandasi para komunikator (publik) justru terletak pada kapasitas komunikasinya, baik strategi maupun teknik. Kegagalan berkomunikasi inilah yang seringkali menjauhkan efektivitas akurasi pesan dan tujuan berkomunikasi.

Fenomena tersebut searah dengan ungkapan Crandall (2007) bahwa sebuah presentasi dapat gagal karena rendahnya kemampuan *public speaking*. Memperkuat pernyataan tersebut, Bulling (2005) meyakini bahwa sebuah presentasi yang baik sangat membutuhkan persiapan yang baik. Karena itu, di samping mempersiapkan materi presentasi dan teknik penyajiannya, setiap presenter wajib mengetahui atau mempertimbangkan tata ruang dan panggung serta audiens yang akan hadir (termasuk di dalamnya: jumlah, demografis dan psikografis).

Dalam menyajikan gagasan di hadapan publik, dibutuhkan seluruh kemampuan komunikator untuk mendukung setiap kata dan kalimat yang meluncur. Ketidaksiapan dan ketidakyakinan penyaji atas komprehensivitas materi yang hendak disajikan seringkali menjauhkannya dari keberhasilan melakukan *public speaking*. Hal ini akan menjadi semakin parah ketika sang penyaji tidak cukup memiliki bekal dalam berkomunikasi dengan publik. Mc Shane dan Von Glinow (2008) bahkan secara tegas menyatakan sekitar tiga perempat dari kita mengalami rasa takut atau grogi di panggung (*stage fright*). Termasuk di dalam kategori ini adalah ketakutan untuk melakukan pidato di hadapan publik (*public speaking*). Oleh karenanya, *Public Speaking* adalah sebuah kompetensi yang memadukan empat unsur utama pendidikan: *science, skills, arts and soul*.

Konsep pendidikan saat ini perlu mencermati apakah sinergi keempat elemen tersebut telah terjadi. *Science* adalah elemen yang memperlengkapi para peserta didik dengan kompetensi konseptual di bidang profesi yang hendak digelutinya. Kompetensi konseptual yang tinggi memungkinkan para peserta didik untuk mengedepankan aspek ilmiah yang berkualitas (termasuk di dalamnya: memberikan dampak positif bagi masa depan masyarakat) serta memahami fenomena dan masalah secara komprehensif dan koheren. *Skills* memperlengkapi para peserta didik dengan kompetensi teknis yang sangat dibutuhkan dalam mengimplementasikan kompetensi konseptualnya. *Arts* memberikan kemampuan intuisi dan *feeling* kepada para peserta didik di dalam meningkatkan kualitas ketepatan arah yang diambil. Sedangkan *Soul* adalah elemen dasar yang menjadi lem perekat sekaligus pejuang moral agar setiap pemikiran, perkataan, perbuatan dan perilaku dalam mengamalkan kompetensi profesional seseorang.

Mensinergikan keempat elemen tersebut tentu tidak mungkin dilakukan hanya dalam tataran wacana berbentuk pengajaran model seminar semata. Dibutuhkan latihan dan praktik terus-menerus dan konsisten demi mencapai kualitas lulusan yang baik. Sebuah matakuliah untuk mengakomodasi kepentingan tersebut harus berani ditawarkan dengan proporsi pengembangan *skills* dan *arts* lebih tinggi dibandingkan kadar *science*. Bukan bermaksud mengunggulkan bahwa kompetensi teknis dan intuisi lebih utama

dibandingkan kompetensi konseptual, tetapi ‘jam terbang’ yang tinggi adalah syarat mutlak untuk menjadi *good public speaker*.

Perkins (1981) menjabarkan proses menjadi *public speaker* secara detil. Ia mengungkap bahwa dengan memperbaiki suara dan pidato melalui metoda yang tepat akan sanggup memproyeksikan kepribadian (*personality*) penyaji. Dalam buku sakunya yang sangat tipis (hanya 62 halaman isi), Perkins berhasil mengangkat esensi dasar untuk menjadi *public speaker* yang baik. Smith (1995) secara ekstensif membedah bagaimana kemampuan *public speaking* bisa dibangun. Ia mengelaborasinya dalam tujuh dari 15 bab bukunya khusus tentang *public speaking*.

Para ahli komunikasi sangat memahami bahwa Aristoteles dalam *Rethoric* mengungkap tiga elemen utama yang menjadi pusat kajian tentang *public speaking*, yaitu: penyaji, isi pesan dan audiens. Setiap *public speaker* perlu menggali potensi terbaiknya agar dapat menghadirkan sebuah pidato yang berkualitas. Seorang penyaji harus memiliki rasa percaya diri yang cukup serta kemampuan menyajikan yang hebat. Tidak dipungkiri bahwa kekuatan menghadirkan drama sangat memberi warna dalam *public speaking*. Isi pesan adalah kalimat-kalimat yang meluncur deras untuk mengungkapkan sebuah gagasan utama yang diorganisir dan dikembangkan sedemikian rupa agar sanggup menyampaikan pesan secara jernih, lugas, gamblang. Agar dapat menyajikan pidato dengan baik, maka seorang penyaji perlu untuk memperlengkapi dirinya dengan informasi tentang audiens dan tata ruang yang hendak dihadapinya. Melalui pemahaman atas audiens tersebut, setiap *public speaker* berpeluang untuk memiliki sensitivitas atmosfir yang dihadapinya sekaligus membangun kebersamaan (*build rapport*) dengan audiensnya. Hal yang sama juga ditegaskan Rice (2001) ketika seorang pelaku sedang mengharap pesannya dapat diterima dan ditangkap dengan baik oleh audiensnya.

Yang sangat menarik adalah paparan Heath and Heath (2007) tentang bagaimana upaya ‘menancapkan’ pesan agar dapat tetap bertahan di benak audiens. Mereka mengembangkan prinsip *SUCCES* yang dengan sengaja saya tambahkan satu huruf “S” lagi untuk menyempurnakan kata itu “*SUCCESS*”. *SUCCES* adalah singkatan dari *Simple, Unexpected, Concrete, Credible, Emotional*

dan *Story* yang kemudian saya tambahkan satu “S”, yaitu: *Stay Focus*, sehingga lengkap menjadi *SUCCESS*.

Saya sendiri melihat, bahwa di samping persoalan isi pesan yang telah banyak diungkap di atas, penyajian dan teknik penyajian itu sendiri harus kuat karena akan memungkinkan pesan efektif sampai. Empat huruf *C.I.A.S.* akan sangat mudah diingat (*soundbites*), yaitu: *Confidence, Inspiring, Attractive, Skillful*. Seorang *public speaker* haruslah memiliki rasa percaya diri yang cukup, sanggup menginspirasi audiensnya, penyajian dan isi pesan sanggup menarik minat dan memiliki ketrampilan penuh untuk menguasai panggung. Tanpa penguasaan panggung, yang terjadi hanyalah *stage fright* yang menurut Lesikar and Flatley (2002) hanya dapat diatasi melalui persiapan diri yang baik.

Dale Carnegie (1991) mengungkapkan bahwa kurangnya pengalaman akan berujung pada kurangnya rasa percaya diri. Oleh karenanya, berlatih, berlatih dan berlatih merupakan solusi terbaik yang dapat direkomendasikan. Tentu dalam berlatih, setiap peserta didik perlu dihadapkan pada beragam situasi yang memungkinkan dirinya selalu bertumbuh. Termasuk di dalamnya adalah upaya mendorong potensi para peserta didik ‘*beyond their limits*’, tidak saja ragam audiens dan tata letak ruangnya tetapi juga (bila dianggap perlu) pada ragam bahasanya. Pengalaman mendampingi generasi muda untuk belajar *public speaking* menunjukkan bahwa mengeluarkan para peserta dari zona nyaman masing-masing memiliki efektivitas sangat tinggi untuk meningkatkan rasa percaya dirinya.

Dalam upaya mewujudkan semua konsep dan *tips* indah untuk membentuk seorang *public speaker* yang andal serta mengimplementasikan sinergi elemen *science, skills, arts* dan *souls*, saya merekomendasikan sebuah matakuliah yang memadukan kompetensi konseptual dan kompetensi teknis serta mengasah intuisi para peserta didik dalam setiap sesi perkuliahannya. *Toastmasters International*, sebuah kelompok internasional yang mendedikasikan diri pada peningkatan kemampuan *public speaking* dan kepemimpinan, telah berpuluh-puluh tahun mengembangkan kurikulum yang memungkinkan seorang ‘biasa saja’ untuk sanggup menjadi *public speaker* dan bahkan hidup dari wilayah itu secara profesional.

Toastmasters International [www.toastmasters.org] mengembangkan dua jalur kurikulum: komunikasi dan kepemimpinan. Dalam jalur komunikasi, seseorang akan melewati proses melakukan *public speaking* sekurang-kurangnya 40 kali, belum termasuk beberapa *workshops* kecil (durasi minimal 15 menit) hingga besar (durasi minimal 60 menit). Dalam *Toastmasters International*, setiap anggota akan berkesempatan untuk berbicara dan juga mengevaluasi pidato orang lain. Menariknya, setiap anggota yang telah berhasil menjalankan modul-modul tersebut akan diakui/dihargai dengan pencantuman *title* tertentu di belakang namanya. Secara berurutan adalah CC (*Competent Communicator*), ACB (*Advanced Communicator Bronze*), ACS (*Advanced Communicator Silver*) dan ACG (*Advanced Communication Gold*). Jika orang tersebut berhasil memadukan kedua jalur komunikasi dan kepemimpinan serta menutupnya dengan penyelesaian HPL (*High Performance Leadership*) Project, maka ia akan memperoleh penghargaan status tertinggi dalam jenjang *Toastmasters International*, yaitu: DTM (*Distinguished Toastmaster*). Sejauh ini di Indonesia masih belum terdapat cukup banyak DTM, yang salah satu di antaranya adalah Prof. DR. Wardiman Djojonegoro, mantan Menteri Pendidikan dan kebudayaan RI.

Mencermati perkembangan *Toastmasters International* di dunia, adalah cukup layak untuk mendapat perhatian perguruan tinggi. Kurikulum dasar setiap *Toastmasters* adalah melakukan 10 (sepuluh) *public speaking* yang didesain secara bertahap untuk memperlengkapi anggotanya. Kesepuluh projek tersebut adalah:

1. *Icebreaker* – agar belajar merasa nyaman berbicara di hadapan publik
2. *Organize Your Speech* – belajar menyusun agenda (pembuka, isi, penutup) dan tujuan berpidato
3. *Get to the Point* - belajar menyusun maksud umum dalam berpidato (*to inform, to persuade, to entertain, to inspire*) serta maksud khususnya (hal yang akan ‘dibawa pulang’ oleh audiens)
4. *How to Say It* – belajar melakukan pilihan kata dengan tepat agar inti pesan dapat tersampaikan dengan efektif
5. *Your Body Speaks* – belajar menggunakan bahasa tubuh (*stance, body movement, gestures, facial expressions, eye contact*)

6. *Vocal Variety* - belajar menggunakan/memaksimalkan ragam vocal (*volume, pitch, rate/pace, pauses*)
7. *Research Your Topic* – belajar menyusun pidato berdasarkan data.
8. *Get Comfortable with Visual Aids* – belajar mengkoordinasikan presentasi dengan dukungan visual (*power points, film, sound*)
9. *Persuade with Power* – belajar menggunakan *logical support* agar dapat mempengaruhi orang lain secara efektif
10. *Inspire Your Audience* – belajar menginspirasi audiens agar menjadi lebih baik dalam kepribadian, emosi, profesi, rohani, dll.

Sedangkan untuk meningkatkan kapasitas di bidang *public speaking* terdapat pula modul-modul yang akan memperkuat kompetensi peserta, yaitu: *the entertaining speaker, speaking to inform, public Relations, The Discussion Leader, Specialty Speeches, Speeches by Management, The Professional Speaker, Technical Presentations, Persuasive Speaking, Communicating on Television, Storytelling, Interpretive Reading, Interpersonal Communication, Special Occasion Speeches dan Humorously Speaking.*

Kesimpulan

Dari paparan di atas dapat disimpulkan, bahwa kapasitas komunikator (publik) dalam menyajikan gagasan-gagasannya merupakan elemen yang sangat penting untuk efektivitas tersampainya pesan. Sebab persoalan utama yang sering melandasi para komunikator (publik) justru terletak pada kapasitas komunikasinya, baik strategi maupun teknik.

Lebih lanjut, dalam konteks pembelajaran *public speaking*, penulis cukup yakin bahwa dengan keberanian untuk melakukan terobosan model pembelajaran konvensional, sebuah proses pendidikan akan menjadi baik ketika kompetensi konseptual dapat secara sinergetik ditawarkan bersamaan dengan kompetensi teknis dan pengasahan intuisi di bidangnya.

Referensi

- Boone, Louis, David L. Kurtz, Judy R. Block. 1997, *Contemporary Business Communication*, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, NJ
- Bulling, Denise. 2005, *Presenter's Handbook*, Lincoln, NE: University of Nebraska.
- Carnegie, Dale. 1991, *How to Develop Self-Confidence & Influence People by Public Speaking. Pocket Books.*
- Carter, Louis, David Ulrich, Marshall Goldsmith (eds.). 2005, *Best Practices in Leadership Development and Organization Change*, Pfeiffer, San Francisco, CA
- Crandall, Major Doug (ed.). 2007, *Leadership Lessons from West Point*, Jossey-Bass, San Francisco, CA
- Heath, Chip and Dan Heath. 2007, *Made to Stick: why some ideas survive and others die*, Random House, New York, NY
- Lesikar and Flately. 2002, *Basic Business Communication: skills for empowering the next generation*, McGraw-Hill Companies Inc., New York,
- McShane, Steven L. and Mary Ann Von Glinow. 2008, *Organizational Behavior*, McGraw-Hill/Irwin, New York
- Perkins, Margaret. 1981, *Confident Speaking. Wellinborough*, A. Thomas and Company, Northamptonshire
- Rice, Ronald and Charles K. Atkin (eds.). 2001, *Public Communication Campaigns*, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA
- Silberman, Mel. 2003, *The Active Manager's Tool Kit*, McGraw-Hill, New York:
- Smith, Robert E. 1995, *Principles of Human Communications*, Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa
- Toastmasters International. 2010, *Competent Communication Manual*, Toastmasters International, Mission Viejo, CA