# KOMUNIKASI

# Kompetensi umum :

# Mahasiswa mampu menerapkan kemampuan memimpin dan berkomunikasi yang lancar dan tepat untuk memotivasi diri dan orang lain sehingga mampu menjadi pribadi yang teratur dan rapi dalam membangun komunikasi yang produktif.

# KOMUNIKASI DAN *INTERPERSONAL SKILL*

1. **KOMUNIKASI**

Seorang wirausaha sangat memerlukan kemampuan komunikasi. Komunikasi merupakan dasar bagi seorang wirausaha untuk menyampaikan pesan, mendekati pelanggan, serta memimpin dan memotivasi karyawan. Menurut Ilik (2011), komunikasi menjadi salah satu elemen terpenting dalam menjalankan kewirausahaan karena seorang wirausaha adalah pemimpin dan seorang pemimpin mutlak harus mampu memimpin langsung bawahannya untuk mencapai tujuan organisasi.

## A.1. Pengertian Komunikasi

***Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Komunikasi juga merupakan proses penyampaian bentuk interaksi gagasan kepada orang lain dan proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan, baik sengaja maupun tidak disengaja.***

Gambar 1 menjelaskan model universal komunikasi yang mengandung unsur-unsur dalam setiap tindakan komunikasi, terlepas dari apakah hal itu bersifat intrapribadi, antarpribadi, kelompok kecil, pidato terbuka, atau komunikasi massa.

**Gambar 1. Model Komunikasi (Berelson, 1968)**

Umpan balik

Gangguan

Pesan

Sumber/

enkoder

Penerima/

dekoder

Sumber/

enkoder

Penerima/

dekoder

Umpan balik

Pesan

Saluran/ media

Saluran/ media

1. Lingkungan komunikasi

2. Sumber Penerima

3. Pengkodean (Enkoding – Decoding)

A.2. **Komponen** 4. Kompetensi

**Komunikasi :** 5. Pesan

6. Saluran

7. Umpan Balik

8. Gangguan.

Penjelasan:

1 Lingkungan komunikasi

Lingkungan (konteks) komunikasi setidak-tidaknya memiliki tiga dimensi, yaitu

1.*fisik,* adalah ruang di mana komunikasi berlangsung nyata atau berwujud;

*2.sosial-psikologis*, misalnya tata hubungan status di antara pihak yang terlibat, peran yang dijalankan orang, dan aturan budaya masyarakat di tempat orang-orang tersebut berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda gurau;

*3.temporal* (waktu), mencakup waktu dalam hitungan jam, hari, atau sejarah di mana komunikasi berlangsung. Ketiga dimensi lingkungan itu saling berinteraksi; yaitu masing-masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain. Sebagai contoh, terlambat memenuhi janji dengan seseorang (dimensi temporal), dapat mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan-permusuhan (dimensi sosial-psikologis), yang kemudian dapat menyebabkan perubahan kedekatan fisik dan pemilihan rumah makan untuk makan malam (dimensi fisik). Perubahan-perubahan tersebut dapat menimbulkan banyak perubahan lain sehingga proses komunikasi tidak pernah statis.

**2.Sumber Penerima**

Kita menggunakan istilah sumber (komunikator)-penerima

(komunikan) sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (atau pembicara), sekaligus penerima (atau pendengar). Anda mengirimkan pesan ketika Anda berbicara, menulis, atau memberikan isyarat tubuh. Anda menerima pesan dengan mendengarkan, membaca, membaui, dan sebagainya. Akan tetapi, ketika Anda mengirimkan pesan, Anda juga menerima pesan. Anda menerima pesan Anda sendiri (mendengar pembicaraan diri sendiri, merasakan gerakan sendiri, dan melihat banyak isyarat tubuh sendiri) serta Anda menerima pesan dari orang lain (secara visual, melalui pendengaran, atau bahkan melalui rabaan dan penciuman). Ketika Anda berbicara dengan orang lain, Anda memandangnya untuk mendapatkan tanggapan (untuk mendapatkan dukungan, pengertian, simpati, persetujuan, dan sebagainya). Ketika Anda menyerap isyarat-isyarat non-verbal itu, Anda menjalankan fungsi penerima.

3. **Pengkodean (Enkoding – Decoding)**

Dalam ilmu komunikasi kita menamai tindakan menghasilkan pesan (misalnya, berbicara atau menulis) sebagai penyandian (*encoding)****.***  Dengan menuangkan gagasan-gagasan kita ke dalam gelombang suara atau ke atas selembar kertas, kita menjelmakan gagasan-gagasan tersebut ke dalam kode tertentu. Kita menamai tindakan menerima pesan (misalnya, mendengarkan atau membaca) sebagai pendekodean (*decoding)* dengan menerjemahkan gelombang suara atau kata-kata di atas kertas menjadi gagasan sehingga kode tersebut dapat diuraikan. Jadi, Anda melakukan pendekodean*.*Oleh karena itu, kita menamai pembicara atau penulis sebagai enkoder(*encoder*) dan pendengar atau pembaca sebagai dekoder(*decoder*). Seperti halnya sumber--penerima, kita menuliskan enkoding-dekoding sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa Anda menjalankan fungsi-fungsi itu secara simultan. Ketika Anda berbicara (penyandian), Anda juga menyerap tanggapan dari pendengar (pendekodean).

**4.Kompetensi Komunikasi**

Kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif (Spitzberg dan Cupach, 1989). Kompetensi ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (*konteks*) dalam memengaruhi kandungan (*content*) dan bentuk pesan komunikasi (misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu, tetapi mungkin tidak layak bagi pendengar dan lingkungan yang lain). Pengetahuan tentang tatacara perilaku nonverbal (misalnya, kepatutan sentuhan, suara yang keras, atau kedekatan fisik) merupakan bagian dari kompetensi komunikasi.

Dengan meningkatkan kompetensi, Anda akan mempunyai banyak pilihan berperilaku. Makin banyak Anda tahu tentang komunikasi (artinya, makin tinggi kompetensi Anda), makin banyak pilihan yang Anda punyai untuk melakukan komunikasi sehari-hari. Proses itu serupa dengan proses mempelajari perbendaharaan kata, yaitu makin banyak kata Anda ketahui (artinya, makin tinggi kompetensi perbendaharaan kata Anda), makin banyak cara yang Anda miliki untuk mengungkapkan diri.

4. **Pesan**

Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk. Kita mengirimkan dan menerima pesan ini melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari pancaindra. Walaupun kita menganggap pesan selalu dalam bentuk **verbal** (lisan atau tertulis), hal itu bukanlah satu-satunya jenis pesan. Kita juga berkomunikasi secara **non verbal** (tanpa kata atau isyarat, gerak, dan/atau mimik). Sebagai contoh, busana yang kita kenakan, seperti juga cara kita berjalan, berjabatan tangan, menggelengkan kepala, menyisir rambut, duduk, dan tersenyum,pendeknya segala hal yang kita ungkapkan dalam melakukan komunikasi.

**5.Saluran**

Saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Jarang sekali komunikasi berlangsung melalui hanya satu saluran, yaitu umumnya kita menggunakan dua, tiga, atau empat saluran yang berbeda secara simultan. Sebagai contoh, dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengarkan (**saluran suara**), tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat itu secara visual (**saluran visual**). Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan (**saluran olfaktori**), sering kali kita saling menyentuh, itu pun merupakan komunikasi (**saluran taktil**).

**7.Umpan Balik**

Umpan balik adalah informasi yang dikirimkan balik ke sumbernya. Umpan balik dapat berasal dari Anda sendiri atau dari orang lain. Dalam diagram universal komunikasi tanda panah dari satu sumber-penerima ke sumber-penerima yang lain dalam kedua arah adalah umpan balik. Bila Anda menyampaikan pesan, misalnya dengan cara berbicara kepada orang lain,Anda juga mendengar diri Anda sendiri. Artinya, Anda menerima umpan balik dari pesan Anda sendiri. Anda mendengar apa yang Anda katakan, Anda merasakan gerakan Anda, Anda melihat apa yang Anda tulis.

Selain umpan balik sendiri, Anda menerima umpan balik dari orang lain. Umpan balik itu dapat datang dalam berbagai bentuk: kerutan dahi atau senyuman, anggukan atau gelengan kepala, tepukan di bahu atau tamparan di pipi, semuanya adalah bentuk umpan balik.

8.**Gangguan**

Gangguan (*noise*) adalah gangguan dalam komunikasi yang mendistorsi pesan. Gangguan menghalangi penerima dalam menerima pesan dan sumber dalam mengirimkan pesan. Adanya gangguan dalam suatu sistem komunikasi membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima.

Gangguan itu dapat berupa gangguan **fisik** (ada orang lain berbicara), **psikologis** (pemikiran yang ada di kepala kita), atau **semantik** (salah menafsirkan makna). Tabel 3 berikut memperlihatkan adanya ketiga macam gangguan secara lebih terperinci.

Tabel 3. **Tabel 3 Jenis Gangguan Komunikasi**

| **Macam** | **Definsi** | **Contoh** |
| --- | --- | --- |
| Fisik | Interferensi dengan transmisi fisik: isyarat atau pesan lain. | Desingan mobil yang lewat, dengungan komputer, atau kacamata. |
| Psikologis | Interferensi kognitif atau mental. | Prasangka dan bias pada sumber-penerima, pikiran yang sempit. |
| Semantik | Pembicara dan pendengar memberi arti yang berlainan. | Orang berbicara dengan bahasa yang berbeda, menggunakan jargon atau istilah terlalu rumit yang tidak dipahami pendengar. |

Gangguan dalam komunikasi tidak terhindarkan. Semua komunikasi mengandung gangguan dan walaupun tidak dapat meniadakannya samasekali, kita dapat mengurangi gangguan dan dampaknya. Untuk itu, menggunakan bahasa yang lebih akurat, mempelajari keterampilan mengirim dan menerima pesan nonverbal, meningkatkan keterampilan mendengarkan dan menerima, serta mengirimkan umpan balik adalah beberapa cara untuk menanggulangi gangguan.

### Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Tujuan komunikasi, antara lain, sebagai berikut:

1). agar penerima menjadi tahu dan sumber memberitahukan sesuatu, misalnya

melalui antar hubungan pergaulan sehari-hari, surat edaran, pengumuman,

dan pemberitahuan;

2). untuk menilai masukan (*input*) atau hasil (*output*) atau suatu pola pemikiran,

misalnya umpan balik, tanggapan atas pendapatan, evaluasi anggaran,

penilaian rencana dan sebagainya;

3).untuk mengarahkan atau diarahkan, misalnya manajer mengarahkan sumber

tenaga, material, uang, mesin (kepada suatu tujuan), rapat kerja, seminar,

penataran, latihan kerja, juklak (petunjuk pelaksanaan), dan juknis (petunjuk

teknis);

4).untuk memengaruhi penerima dan dipengaruhi sumber, misalnya melalui

motivasi, persuasi, dan stimulasi.

Komunikasi mengandung beberapa fungsi: insidental atau netral; yang tidak langsung memengaruhi tercapainya tujuan dan hubungan dalam pergaulan sosial. Dari paparan tersebut, terlihat bahwa komunikasi dapat menciptakan rasa pemahaman, tingkat penerimaan dan motivasi, terutama untuk menjawab hal yang berkaitan dengan 5 W(*Who says, What, in Which channel, to Whom*, dan *in Which effect*)*.*

## A.4. Kegunaan Mempelajari Ilmu Komunikasi

Ruben dan Steward (2005) menyatakan bahwa alasan manusia mempelajari ilmu komunikasi adalah sebagai berikut.

1. Komunikasi adalah fundamental dalam kehidupan manusia

Dalam kehidupan manusia sehari-hari, komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Kita tidak bisa tidak berkomunikasi. Tidak ada aktivitas yang dilakukan tanpa komunikasi karena kita dapat membuat beberapa perbedaan esensial apabila kita berkomunikasi dengan orang lain. Demikian pula sebaliknya, orang lain akan berkomunikasi dengan kita, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Cara kita berhubungan satu dengan lainnya, bagaimana suatu hubungan kita bentuk, bagaimana cara kita memberikan kontribusi sebagai anggota keluarga, kelompok, komunitas, organisasi, dan masyarakat secara luas membutuhkan suatu komunikasi. Hal itu menjadikan komunikasi tersebut sebagai hal yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia.

1. Komunikasi merupakan suatu aktivitas kompleks

Komunikasi merupakan aktivitas kompleks dan menantang. Dalam hal ini ternyata aktivitas komunikasi bukanlah suatu aktivitas yang mudah. Untuk mencapai kompetensi komunikasi, diperlukan pemahaman (*understanding*) dan keterampilan sehingga komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Ellen Langer dalam Ruben and Steward (2005) menyebut konsep *mindfulness* akan terjadi ketika kita memberikan perhatian pada situasi dan konteks, terbuka dengan informasi baru, dan menyadari bahwa banyak perspektif tidak hanya satu persepektif dalam kehidupan manusia.

1. Komunikasi adalah vital untuk suatu kedudukan/posisi efektif

Karier dalam bisnis, pemerintahan, atau pendidikan memerlukan kemampuan dalam memahami situasi komunikasi, mengembangkan strategi komunikasi efektif, memerlukan kerjasama antara satu dan yang lain dan dapat menerima kehadiran ide efektif melalui saluran komunikasi. Untuk mencapai kesuksesan suatu kedudukan/posisi tertentu dalam mencapai kompetensi komunikasi antara lain dilakukan melalui kemampuan secara personal dan sikap, kemampuan interpersonal, serta kemampuan dalam melakukan komunikasi oral dan tulisan.

1. Suatu pendidikan tinggi tidak menjamin kompetensi komunikasi yang baik

Kadang-kadang kita menganggap bahwa komunikasi itu hanyalah suatu yang bersifat *common sense* dan setiap orang pasti mengetahui cara berkomunikasi. Padahal, sesungguhnya banyak orang yang tidak memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik karena ternyata banyak dalam komunikasi manusia itu yang disampaikan tidak hanya dalam bentuk verbal, tetapi dalam bentuk nonverbal. Ada keterampilan komunikasi dalam bentuk tulisan dan oral, ada keterampilan berkomunikasi secara interpersonal, ataupun secara kelompok sehingga kita dapat berkolaborasi sebagai anggota dengan baik, dan lain-lain. Kadang-kadang kita juga mengalami kegagalan dalam berkomunikasi. Banyak yang berpendidikan tinggi, tetapi tidak memiliki keterampilan berkomunikasi secara baik dan memadai sehingga mengakibatkan kegagalan dalam berinteraksi dengan manusia lainnya.Oleh karena itu, komunikasi itu perlu kita pelajari.

1. Komunikasi adalah populer

Komunikasi adalah suatu bidang yang dikatakan sebagai populer. Banyak bidang komunikasi modern sekarang ini yang memfokuskan studinya tentang pesan, ada juga tentang hubungan antara komunikasi dan bidang profesional lainnya, termasuk hukum, bisnis, informasi, pendidikan, ilmu komputer, dan lain-lain. Saat ini komunikasi merupakan ilmu sosial/perilaku dan suatu seni yang diaplikasikan. Disiplin ini bersifat multidisipliner, berkaitan dengan ilmu-ilmu lain, seperti psikologi, sosiologi, antroplogi, dan politik.

## A.5 Komunikasi dalam Organisasi

Dalam dunia kerja, komunikasi merupakan satu hal yang paling penting dan menjadi bagian dari tuntutan profesi (keahlian). Kadang-kadang penyebab rusaknya hubungan antar individu dalam suatu organisasi, misalnya manajer atau supervisor dengan karyawan atau di antara karyawan itu sendiri adalah terjadinya miskomunikasi. Untuk berkomunikasi dengan baik dibutuhkan tidak hanya bakat, tetapi terutama kemauan melakukan proses belajar yang kontinu. Keterampilan berkomunikasi yang baik meliputi kemampuan dasar untuk mengirim dan menguraikan pesan secara akurat dan efektif untuk memperlancar pertemuan, untuk memahami cara terbaik dalam penyebaran informasi dalam suatu organisasi, serta memahami makna simbolis tindakan seseorang sebagai manajer.

Komunikasi adalah suatu pertukaran konsep yang sederhana, tetapi vital. Walaupun demikian, terlalu sering kita melakukan pendekatan dengan suatu pertukaran tanpa mempertimbangkan pihak lain bereaksi. Pesan yang kita sampaikan sering kali terlalu berorientasi kepada diri sendiri sehingga apa yang terjadi dengan pihak lain menjadi sesuatu yang terabaikan. Dalam organisasi, ada dua komunikasi yang terjadi, yaitu komunikasi secara makro dan komunikasi secara mikro. Komunikasi makro terjadi antara organisasi tersebut dengan lingkungannya, atau dengan organisasi lainnya. Komunikasi mikro terjadi di dalam organisasi, yaitu komunikasi yang terjadi diantara para anggota organisasi, antara atasan dan bawahan, antara para pemimpin, dan antar kelompok kerja atau antardivisi. Jadi, komunikasi organisasi secara mikro merupakan komunikasi interpersonal dalam organisasi.

Dalam konteks organisasi dikenal proses komunikasi dua arah, yaitu:

(1) pemberi pesan 🡪 media 🡪 penerima pesan , dan

(2) pemberi pesan 🡨 media 🡨 penerima pesan.

Apabila hanya salah satu yang terjadi nomor (1) atau nomor (2)), dikatakan terjadi komunikasi satu arah. Media disini berupa gerak atau pesan itu sendiri dan pesan sebagai dialog.



Komunikasi Formal dan Informal

Komunikasi formal ialah komunikasi resmi yang menempuh jaringan organisasi struktur formal dan informasi itu tampaknya mengalir dengan arah yang tidak dapat diduga dan jaringannya digolongkan sebagai selentingan. Informasi yang mengalir sepanjang jaringan kerja selentingan terlihat berubah-ubah dan tersembunyi. Komunikasi informal ialah komunikasi yang menempuh saluran yang sering disebut “selentingan”, yaitu suatu jaringan yang biasanya jauh lebih cepat dibandingkan dengan saluran resmi. Informasi informal/personal ini muncul dari interaksi antarmanusia. Dalam istilah komunikasi selentingan digambarkan sebagai metode penyampaian laporan rahasia tentang orang-orang dan peristiwa yang tidak mengalir melalui saluran perusahaan yang formal. Informasi yang diperoleh melalui selentingan lebih memperhatikan apa yang dikatakan atau didengar oleh seseorang daripada yang dikeluarkan oleh pemegang kekuasaan.

### Komunikasi ke Atas, ke Bawah, Horizontal, dan Silang

**Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)**

Komunikasi dari bawahan ke atasan mencakup sistem saran, kebijakan pintu terbuka, mendengarkan keluhan karyawan, dan survei semangat. Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi dapat diartikan bahwa **informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi.**

Beberapa alasan pentingnya arus komunikasi ke atas didasarkan pada:

1. aliran informasi ke atas memberi informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan orang-orang lainnya;
2. komunikasi ke atas memberitahukan kepada penyelia kapan bawahannya siap menerima apa yang dikatakan kepadanya;
3. komunikasi ke atas memungkinkan, bahkan mendorong, omelan dan keluh kesah muncul kepermukaan sehingga penyelia tahu apa yang mengganggu orang-orang yang paling dekat dengan operasi sebenarnya;
4. komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk menentukan, apakah bawahan memahami harapan dari aliran informasi ke bawah;
5. komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalah pekerjaannya dengan organisasi tersebut;
6. komunikasi ke atas mengizinkan penyelia untuk menentukan, apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah.

Kebanyakan analisis dan penelitian dalam komunikasi ke atas menyatakan bahwa penyelia dan manajer harus menerima informasi berupa informasi yang memberitahukan apa yang dilakukan bawahan, menjelaskan persoalan kerja, memberi saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unitnya, mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan, rekan kerja, dan organisasi.

Komunikasi ke atas dapat menjadi terlalu rumit, menyita waktu, dan mungkin hanya segelintir manajer organisasi yang mengetahui cara memperoleh informasi dari bawah. Sharma (1979) memberikan alasan mengapa komunikasi ke atas terlihat amat sulit:

1. ada kecenderungan bagi pegawai untuk menyembunyikan pikirannya;
2. adanya perasaan bahwa penyelia dan manajer tidak tertarik kepada masalah pegawai;
3. kurangnya penghargaan bagi komunikasi ke atas yang dilakukan pegawai;
4. adanya perasaan bahwa penyelia dan manajer tidak dapat dihubungi dan tidak tanggap pada apa yang disampaikan pegawai.

**Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)**

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada yang berotoritas lebih rendah. Komunikasi dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah suatu organisasi mencakup pedoman perusahaan, publikasi ke dalam, memo, papan bulletin, dan rak informasi.Informasi yang dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan, antara lain informasi mengenai:

1. cara melakukan pekerjaan,
2. dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan,
3. kebijakan dan praktik organisasi,
4. kinerja pegawai, dan
5. cara mengembangkan rasa memiliki tugas.

Informasi yang disampaikan dari seorang atasan kepada bawahan tidaklah begitu saja disampaikan, terutama harus melewati pemilihan metode dan media informasi. Ada enam kriteria yang sering digunakan untuk memilih metode penyampaian informasi kepada para pegawai, antara lain

1. ketersediaan,
2. biaya,
3. pengaruh,
4. relevansi,
5. responss, dan
6. keahlian.

**Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)**

Tipe komunikasi ini memungkinkan para manajer pada tingkat yang sama dalam satu organisasi untuk mengoordinasi kegiatannya lebih efektif, misalnya rapat staf dan konferensi tatap muka.

Komunikasi horizontal terdiri atas penyampaian informasi diantara rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama.Tujuan komunikasi horizontal ialah untuk:

1. mengoordinasi penugasan kerja,
2. berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan,
3. memecahkan masalah,
4. memperoleh pemahaman bersama,
5. mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan,
6. menumbuhkan dukungan antar pesona.

Bentuk komunikasi horizontal yang paling umum mencakup semua jenis kontak antar pesona. Bahkan bentuk komunikasi horizontal tertulis cenderung menjadi lebih lazim. Komunikasi horizontal paling sering terjadi dalam rapat komisi, interaksi pribadi, selama waktu istirahat, obrolan di telepon, memo dan catatan, kegiatan sosial, dan lingkaran kualitas.

**Komunikasi Silang (*Across Communication*)**

Komunikasi ini merupakan penyampaian informasi rekan sejawat yang melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan atau bawahannya. Mereka melintasi jalur fungsional dan berkomunikasi dengan orang-orang yang diawasi dan yang mengawasi, tetapi bukan atasan atau bawahannya. Mereka tidak melewati otoritas lini untuk mengarahkan orang-orang yang berkomunikasi dengannya dan harus mempromosikan gagasan-gagasannya, tetapi memiliki mobilitas tinggi dalam organisasi sehingga dapat mengunjungi bagian lain atau meninggalkan kantornya hanya untuk terlibat dalam komunikasi informal.

Komunikasi silang menciptakan:

1. perasaan “kita/kami”, guna menumbuhkan kebersamaan,
2. pengertian yang simpatik,
3. mengamankan koordinasi pada beberapa sektor,
4. kerjasama yang berhasil,
5. iklim yang sehat dan menguntungkan.

**Komunikasi Lisan dan Tertulis**

Pesan-pesan lisan memungkinkan menerima umpan balik segera**.** Komunikasi tertulis memberi catatan atau referensi permanen, membantu memberikan dokumentasi dari suatu pesan yang disampaikan, yang dapat menjadi penting apabila pembuktian diperlukan kembali.

**Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan faktor lain dan bukan lambang verbal, seperti

* 1. bahasa tubuh,
  2. lambang-lambang nonverbal,
  3. ketidakaktifan,
  4. pernyataan yang dihasilkan suara,
  5. jabatan tangan, dan
  6. penggunaan waktu.

Dalam komunikasi verbal terdapat beberapa hal yang termasuk komunikasi nonverbal, seperti ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, postur tubuh dan gaya, serta suara.

1. ***Ekspresi wajah***

Wajah merupakan sumber yang kaya dengan komunikasi karena ekspresi wajah adalah cerminan suasana emosi seseorang.

1. ***Kontak mata*** merupakan sinyal alamiah untuk berkomunikasi. Dengan mengadakan kontak mata selama berinterakasi atau tanya jawab berarti orang tersebut terlibat dan menghargai lawan bicaranya dengan kemauan untuk memperhatikan, bukan sekadar mendengarkan. Melalui kontak mata seseorang dapat memberikan kesempatan kepada orang lain untuk mengamati hal yang lainnya.
2. ***Sentuhan*** adalah bentuk komunikasi personal mengingat sentuhan lebih bersifat spontan daripada komunikasi verbal. Beberapa pesan seperti perhatian yang sungguh-sungguh, dukungan emosional, kasih sayang, atau simpati dapat dilakukan melalui sentuhan.
3. ***Postur tubuh dan gaya*** seseorang berjalan, duduk, berdiri, dan bergerak memperlihatkan ekspresi dirinya. Postur tubuh dan gaya berjalan merefleksikan emosi, konsep diri, dan tingkat kesehatannya.
4. ***Suara (Sound)***rintihan, tarikan napas panjang, keluhan, dan tangisan juga merupakan salah satu ungkapan perasaan dan pikiran seseorang yang dapat dijadikan komunikasi. Apabila dikombinasikan dengan semua bentuk komunikasi nonverbal lainnya, desis atau suara dapat menjadi pesan yang sangat jelas.
5. ***Gerak isyarat*** adalah hal yang dapat mempertegas pembicaraan. Penggunaan isyarat merupakan bagian total komunikasi, seperti mengetukkan kaki atau menggerakkan tangan selama berbicara menunjukkan seseorang dalam keadaan *stress*/bingung atau sebagai upaya untuk menghilangkan *stress.*

### Lima Kaidah Komunikasi

Lima Kaidah Komunikasi Efektif (*The 5 Inevitable Laws of Effective Communication*) yangdirangkum dalam satu kata yang mencerminkan esensi komunikasi itu sendiri, yaitu **REACH** (*respect, empathy, audible, clarity,* dan *humble*), yang berarti merengkuh atau meraih. Ada keyakinan bahwa komunikasi itu pada dasarnya adalah upaya bagaimana meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, ataupun responss positif dari orang lain.

Berikut ini uraian dari kelima kaidah komunikasi efektif tersebut dalam konteks dan berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan publik.

1. *Respek*

Kaidah pertama dalam berkomunikasi secara efektif, khususnya dalam berbicara di depan publik, adalah respek, yaitu sikap hormat dan sikap menghargai terhadap khalayak atau hadirin. Pembicara atau *presenter* harus memiliki sikap menghormati dan menghargai hadirin. Harus diingat bahwa **pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting, diakui**. Jika dalam presentasi harus mengkritik seseorang, lakukanlah dengan penuh penghargaan terhadap harga diri dan kebanggaan orang tersebut.

1. *Empati*

Kaidah kedua adalah **empati**, yaitu **kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi orang lain**. Rasa empati akan memberi kemampuan untuk dapat menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan (*receiver*) menerimanya. Oleh karena itu, dalam berbicara di depan publik, pembicara harus terlebih dulu memahami latar belakang, golongan, lapisan sosial, tingkatan umur, pendidikan, kebutuhan, minat, harapan, dan sebagainya, dari calon hadirin (*audiences*). Jadi, sebelum membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, pembicara perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan sehingga nantinya pesan akan dapat tersampaikan dengan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari penerima. Empati berarti **kemampuan untuk mendengar dan bersikap perseptif atau siap menerima masukan ataupun umpan balik apapun dengan sikap yang positif**. Banyak sekali orang yang tidak mau mendengarkan saran, masukan, apalagi kritik dari orang lain. Padahal esensi komunikasi adalah aliran pesan dua arah. Komunikasi satu arah tidak akan efektif, manakala tidak ada umpan balik (*feedback)* yang merupakan arus balik dari penerima pesan. Oleh karena itu, dalam berbicara di depan publik, pembicara harus siap untuk menerima masukan atau umpan balik dengan sikap positif.

1. Terdengarkan (*Audible*)

Kaidah ketiga adalah terdengarkan, yaitu dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Terdengarkan dalam hal ini berarti pesan yang disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Kaidah ini mengatakan bahwa pesan harus disampaikan melalui medium (*delivery channel*) sedemikian dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Hukum ini mengacu pada kemampuan untuk menggunakan berbagai media, perlengkapan, atau alat bantu audio visual yang akan membantu agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

1. Kejelasan (*Clarity*)

Kaidah keempat adalah kejelasan, yaitu kejelasan pesan yang disampaikan. Selain harus dapat diterima dengan baik, pesan itu sendiri harus jelas sehingga tidak menimbulkan multiinterpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Kejelasan pesan juga sangat bergantung pada mutu suara dan bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa yang tidak dimengerti oleh hadirin akan membuat pidato atau presentasi tidak dapat mencapai tujuannya. Sering kali orang menganggap remeh pentingnya kejelasan dalam *public speaking* sehingga tidak menaruh perhatian pada suara (*voice*) dan kata-kata yang dipilih untuk digunakan dalam presentasi atau pembicaraannya.

1. Rendah Hati (*Humble*)

Kaidah kelima dalam komunikasi yang efektif adalah **sikap rendah hati**. Sikap ini merupakan unsur yang berkaitan dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang dimiliki. Kerendahan hati juga berarti tidak sombong dan menganggap dirinya penting ketika berbicara di depan publik. Justru dengan kerendahan hatilah, pembicara atau presenter dapat menangkap perhatian dan responss positif dari publik pendengarnya. Kelima hukum komunikasi tersebut sangat penting untuk menjadi dasar dalam melakukan pembicaraan di depan publik.

Dengan memahami prinsip komunikasi, diharapkan seseorang dapat berkomunikasi lebih baik, terutama berkomunikasi secara efektif dengan pihak lain, yaitu memahami hakikat komunikasi, proses terjadinya komunikasi, syarat terjadinya komunikasi, dan komunikasi antarpersona secara efektif.

## Teknik Presentasi

Salah satu hal yang paling ditakuti dalam kehidupan pribadi atau kehidupan profesional adalah ketika harus berbicara atau berkomunikasi di depan banyak orang, baik untuk acara sosial, seminar, kuliah, presentasi bisnis, pidato perpisahan, bahkan dalam acara apa saja yang sebagian besar hadirin adalah orang yang telah dikenal dengan baik. Berbicara di depan publik bagi sebagian besar orangmerupakan sesuatu yang menegangkan dan menakutkan, seakan-akan seluruh mata hadirin sedang menghakiminyadan seakan-akan dia menjadi terdakwa yang sedang diadili hadirin.

Riset yang dilakukan Malouf dalam Macnamara (1998) menyatakan bahwa indera pendengaran manusia hanya bisa menerima pesan 11%, sedangkan 75% diterima secara visual. Berbicara di depan publik merupakan keterampilan yang harus dikuasai karena pada suatu saat pastilah seseorang harus berbicara dihadapan sejumlah orang untuk menyampaikan pesan, pertanyaan, tanggapan, atau pendapat tentang sesuatu yang diyakini.Hal yang sederhana, misalnya, harus berbicara di depan para tamu dalam suatu acara keluarga atau pada momen yang menentukan karier seseorang, seperti mempresentasikan proposal proyek atau tentang produk yang ditawarkan di hadapan sejumlah mitra bisnis atau calon pembeli.

Menurut Hart *et al*., dalam Tubbs dan Moss (2000), ada tiga aspek pengalaman dalam komunikasi publik, yakni :

* 1. terjadi di tempat yang dianggap sebagai tempat publik, seperti auditorium dan kelas,
  2. cenderung mengemukakan masalah sosial daripada masalah informal dan tidak terstruktur sehingga biasanya direncanakan lebih dahulu atau agenda acara lain yang mendahului atau mengikuti penampilan pembicara,
  3. menggunakan norma perilaku yang relatif jelas.

Berdasarkan isi pembicaraan, sedikitnya pembicara memiliki satu dari tiga tujuan berikut, yaitu ***memberi informasi, menghibur,* atau *membujuk (meyakinkan) pendengar.*** Menginformasikan lebih terpusat pada hasil perolehan informasi, menghibur diarahkan pada kesenangan, sedangkan membujuk (meyakinkan) diarahkan pada perubahan sikap. Perubahan sikap merupakan tujuan antara yang harus dicapai sebelum mewujudkan tindakan.

Presentasi adalah komunikasi lisan atau pidato yang telah dipersiapkan dan disampaikan dengan cara formal. Presentasi dapat berupa laporan kemajuan, penjelasan produk/jasa baru pada klien, kuliah, pelatihan, wawancara pekerjaan, seminar ilmiah, bisnis, dan sebagainya dihadapan khalayak yang lebih khusus. Selanjutnya, menurut Macnamara (1998), presentasi cenderung menggunakan sarana pendukung, seperti audiovisual dan berbagai teknik penyampaian pesan, seperti demonstrasi, partisipatif interaktif, drama, humor, dan teknik khusus lainnya. Hal inilah yang membedakan presentasi dari *public speaking* secara umum. Dengan menggunakan sarana pendukung dan teknik khusus dalam penyampaian, presentasi dapat mengubah pidato yang cenderung rumit menjadi hal yang menarik/sederhana.

## Persiapan Presentasi

Menurut Macnamara (1996), persiapan adalah kunci sukses suatu presentasi. Presentasi sukses adalah ibarat gunung es, puncak gunung es dan keindahan yang terlihat di atas permukaan air, hanyalah ujung dari gunung es tersebut. Lebih dari 90% gunung es tersebut berada di bawah permukaan air dan merupakan basis yang kuat dari gunung es tersebut. Artinya adalah bahwa sebuah presentasi yang sukses, 90% bergantung pada persiapan. Abraham Lincoln pernah mengatakan, “Jika saya memiliki delapan jam untuk merobohkan sebatang pohon, saya akan menghabiskan enam jam untuk mengasah kapak.“ Dale Carnegie mengatakan, “Pidato yang telah dipersiapkan, 90% (sembilan puluh persen)-nya akan tersampaikan.”

Dengan adanya persiapan yang cermat, pembicara dan pendengar akan mendapatkan keuntungan utama, yakni hemat waktu dan pembicara akan terhindar dari kegugupan dan demam panggung yang terjadi sebelum presentasi. Kegugupan tersebut biasanya terjadi bukan karena adanya pendengar yang cukup banyak di depan mata pembicara, melainkan karena suatu ketakutan terhadap kemampuan diri pembicara yang tidak tahu harus mengatakan apa di depan pendengar. Memberikan presentasi tanpa persiapan/perencanaan yang memadai, ibarat menembak tanpa memiliki sasaran. Mungkin saja peluru ditembakkan, tetapi tidak mengenai apapun (seperti penembak senapan mesin vs penembak jitu).

Gambar 5 memperlihatkan delapan langkah menuju presentasi yang sukses. Subjek pengetahuan adalah fondasi atau prasyarat, bahkan sebagai tulang punggung presentasi yang sukses. Apabilapembicara tidak memiliki banyak informasi, sebaiknya jangan melakukan presentasi (Macnamara, 1996). Pengetahuan tentang subjek yang hebat sekalipun atau menjadi pakar atas subjek pengetahuan tertentu, tidaklah cukup menjamin kesuksesan suatu presentasi karena pembicara perlu memahami cara penyampaian informasi tersebut kepada pendengar. Oleh karena itu, delapan langkah berikut ini akan sangat membantu dalam memanfaatkan subjek pengetahuan secara optimal.

* + 1. **Analisis Pendengar**

Sebelum pembicara memikirkan judul presentasi, membuat slide, bahkan menuliskan garis besar, perlu diselami isi kepala para pendengar. Beberapa pertanyaan penting yang biasanya digunakan wartawan untuk suatu reportase sangat membantu pembicara untuk memahami para pendengar. Pertanyaan tersebut antara lain sebagai berikut.

* + - 1. *Siapa pendengarnya?*

Pembicara harus mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya tentang siapa yang menjadi pendengarnya. Beberapa hal menyangkut informasi tentang para pendengar, antara lain berkaitan dengan profesi, jenis kelamin, umur, jumlah, dan kehadirannya apakah terpaksa/sukarela, serta harapan yang diinginkan.

* + - 1. *Apa yang ingin diketahui para pendengar?*

William D. Wells mengatakan bahwa komunikasi yang baik seharusnya memenuhi rumus ROI, yakni ***relevance, original*,**dan***impact***. Apabila presentasi tersebut tidak relevan, tujuannya tidak jelas. Presentasi yang tidak orisinal tidak akan menarik perhatian, sedangkan presentasi yang orisinal dapat menimbulkan pengaruh yang kuat, dan tentu tidak akan menimbulkan kesan (*impresi*) yang tidak berkesudahan.

* + 1. **Peninjauan Lokasi**

Bagi seorang pembicara atau *presenter*, peninjauan lokasi sangat diperlukan sebelum pelaksanaan presentasi bisnis. Peninjauan lokasi akan menjawab pertanyaan *Dimana presentasi akan dilaksanakan?* Yang dipertimbangkan dalam peninjauan lokasi, antara lain ketersediaan *sound system*, *layout* ruangan (pengaturan tempat duduk, posisi podium, layar, dll.), dan kondisi ruangan (ber-AC, tata lampu, dll).

Praktik dan Latihan

Penyajian dengan Alat Peraga

Penulisan Naskah/Catatan

Penelitian dan Penerapan

Kerangka dan Susunan

Peninjauan Lokasi

Analisis Pendengar

**SUBJEKPENGETAHUAN**

**1**

**2**

**3**

**4**

**5**

**6**

**7**

**8**

**Penyampaian**

**Gambar 5 Delapan Langkah Menuju Presentasi Sukses**

* + 1. **Kerangka dan Susunan**

Tetapkan terlebih dulu apa tujuan atau sasarannya. Apa yang menjadi presentasi ini? Apa yang menjadi harapan panitia, pembicara, dan seluruh hadirin? Penetapan tujuan sangat berkaitan dengan informasi yang didapatkan mengenai pendengar atau hadirin, tujuan, dan harapannya ? Dapatkan umpan balik dari teman-teman atau yang ahli dalam bidang yang akan dipresentasikan. Setelah itu, susunlah peta pemikiran topik yang dipilih. Hal itumerupakan cara untuk meringkas tema atau pokok pikiran yang ada dalam buku. Pertama, awali dengan menuliskan tema pokok di tengah-tengah halaman kertas kosong. Kemudian, seperti pohon dengan cabang dan ranting, kembangkan tema pokok menjadi subtema di sekelilingnya yang dihubungkan dengan memakai garis seperti jari-jari roda. Setelah itu, buatlah agenda, *outline*, atau catatan kecil tentang urutan pembicaraan yang akan disampaikan. Sisipkan anekdot, kuis, cerita ilustrasi, permainan, dan latihan untuk menjaga agar *audiens* tidak bosan dan mengantuk.

* + 1. **Penelitian dan Penerapan**

Bagian ini lebih mengarah pada kajian pembicara atau *presenter* terhadap tiga langkah sebelumnya, yaitu analisis pendengar, peninjauan lokasi, dan kerangka presentasi.

* + 1. **Penulisan Naskah/Catatan**

Dalam persiapan ini juga disusun makalah atau teks lengkap dengan pokok pikiran (dalam bentuk *powerpoint presentation*, *transparant sheets, handouts*, kertas berukuran kartu pos), *video presentation*, dan sebagainya sebagai materi utama presentasi Anda.

* + 1. **Penyajian dengan Alat**

Untuk meningkatkan penyampaian pesan (hukum ketiga *audible*), *presenter* harus menguasai kegunaan dan penggunaan alat bantu visual, seperti *slide*, *overhead projector*, atau LCD (*infocus*) *projector* yang langsung dihubungkan dengan komputer atau *notebook*. Sebagian besar orang lebih mudah menangkap informasi yang berupa gambaran visual daripada mendengarkan,apalagi jika menggunakan data numerikal, akan lebih menarik jika disajikan dalam bentuk grafik, tabel, bagan warna-warni, atau menggunakan *software* tertentu, misalnya *powerpoint*, untuk menggabungkan *pointers* dengan suara, foto, *clip art*, animasi, dan *video* dalam satu *filee-presentasi*. Kemampuan menggunakan alat bantu visual ini akan memberikan kesan pertama kepada *audience* bahwa *presenter* siap melakukan presentasi. Akan tetapi, sekali lagi jangan terfokus pada alat bantu tersebut. Jika terjadi kesalahan atau gangguan teknis, *presenter* harus selalu siap dengan cara presentasi langsung tanpa alat bantu.Sebaiknya ada teknisi yang siap mengatasi gangguan teknis tersebut.Jangan sampai terjadi gara-gara gangguan alat bantu visual, presenter akan kehilangan momentum untuk menyampaikan topik atau materi presentasi.

Dalam penyampaian pesan kepada publik, baik berupa pertanyaan, pidato, kuliah, seminar, maupun sepatah kata, yang paling penting adalah bahwa pesan dapat tersampaikan kepada penerima pesan dengan baik dan jelas. Berbicara di depan publik bukan ujian atau pengadilan untuk mengadili penampilan, kecerdasan, kecantikan, ataukeluasan pengetahuan.

* + 1. **Praktik dan Latihan**

Teknik berikut harus diperhatikan dalam praktik dan latihan!

* + - 1. *Suara*Perhatikanlah ucapan suara yang keluar. Aturlah irama dan tempo suara dengan mengatur pernapasan dengan baik. Gunakan jeda suara secara jelas. Ucapan yang keluar harus terdengar jelas, tetapi tidak terlalu cepat. Mutu suara merupakan faktor kunci yang menentukan, apakah hadirin memperhatikan, baik kepada *presenter* maupun pada pesan yang disampaikan. Suara harus keras dan jelas terdengar, bahkan oleh hadirin yang duduk paling jauh sekalipun. Jika tersedia, selalu gunakan pengeras suara (*loudspeaker*), meskipun suara Anda sudah cukup keras.

Cobalah dengan berlatih mendengarkan suara sendiri. Caranya dengan menutup mata, berbicaralah, kemudian perhatikan mutu, kekuatan, dan kejelasan suara. Suara merupakan aset yang paling berharga dalam berkomunikasi secara lisan. Oleh karena itu, memelihara mutu suara dan berlatih secara kontinu merupakan keharusan jika ingin menjadi pembicara publik sukses. Jika suara kurang bagus dan sumbang, hal yang perlu dilakukan adalah mencari pelatih suara profesional atau mengikuti kursus/pendidikan (misalnya, di Institut Kesenian Jakarta) untuk meningkatkan mutu suara. Apalagi, orang yang bercita-cita jadi presenter, pembicara publik, *master of ceremony (MC)*, dan sebagainya.

* + - 1. *Jarak Pandang*

Saat berdiri di depan publik, pastikan Anda bisa melihat ke segala arah. Arahkan pandangan tiap saat ke tiap bagian posisi pendengar. Gunakan kontak mata dan fokuskan perhatian pada orang yang memperhatikan presentasi Anda,tetapi sedapat mungkin memproyeksikan pembicaraan ke seluruh ruangan dan seluruh hadirin.

* + - 1. *Perilaku*Hindari perilaku teatrikal, seperti bermain-main dengan *ballpoint* atau pensil karena selain mengganggu konsentrasi pendengar, juga mengurangi perhatian ke topik pembicaraan dan juga akan dicap tidak mampu menguasai diri.
      2. *Menjadi Diri Sendiri*

Hal ini amat penting dari sebuah presentasi. Jangan terjebak pada gaya atau ciri khas orang lain. *Be your self*, jadilah diri sendiri! Jangan meniru gaya orang lain atau menciptakan gaya baru yang dianggap menarik perhatian. Cara-cara seperti itu justru membuat kegiatan presentasi tidak berkembang secara wajar.

* + - 1. *Percaya Diri*

Dalam presentasi bisnis sangat dibutuhkan keyakinan diri yang tinggi. Pembicara harus yakin, apakah yang disampaikan menarik bagi yang mendengarkannya.Ingat pada saat presentasi jangan membacakan makalah atau terpaku pada bahan utama. Berbicaralah seakan sedang berbicara dengan satu-dua orang saja. Ketidakpercayaan diri seorang pembicara atau *presenter* akan terekspresi dalam berbagai macam sikap atau perilaku seperti gemetar, bicara terputus-putus, tangan berkeringat dingin, mulut kering, dan tenggorokan tersumbat.

* + - 1. *Sasaran*Tentukan sasaran dan target yang ingin dicapai sehingga pembicara dengan mudah dapat menyusun pokok-pokok yang akan disampaikan dalam presentasi. Dengan sasaran dan target yang jelas, audiens dapat lebih memahami isi pesan tersebut.
      2. *Jangan Terlalu Banyak Informasi*

Berdasarkan pengalaman, pendengar lebih bisa memahami informasi yang singkat, disertai contoh visual atau suara. Menjejali dengan informasi sebanyak-banyaknya kepada pendengar sama artinya dengan pembicara tidak memberikan informasi apa-apasebab daya tahan dan daya ingat seseorang amat terbatas,apalagi jika hal itu diperolehnya dari mendengarkan presentasi saja. Begitu pula, jargon dan statistik yang terlalu banyak, justru memusingkan ketimbang menyenangkan pendengar.

* + - 1. *Jangan Terlalu Lama*

Berbicara terlalu lama akan membosankan pendengardan membuat pendengar lupa pada yang telah disampaikan. Jadwalkan waktu presentasi sekitar 30 menit dan tetapkan tema yang akan memberi identitas bagi presentasi.

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan, dapat dikatakan bahwa dalam praktik dan latihan presentasi diperlukan tahapan, seperti merencanakan dan mengorganisasi presentasi, mengembangkan dan menggunakan alat bantu, serta mempersiapkan dan menyampaikan presentasi.

* + 1. **Presentasi/Penyampaian**

Berbicara di depan publik merupakan suatu seni berkomunikasi. Dalam berkomunikasi, pembicara atau *presenter* perlu memahami lima komponen atau unsur penting yang harus diperhatikan. Kelima unsur tersebut adalah pengirim pesan (*sender*), pesan yang dikirimkan *(message*), bagaimana pesan tersebut dikirimkan (*delivery channel atau medium*), penerima pesan (*receiver*), dan umpan balik (*feedback*).

Bagian ini merupakan tahap akhir persiapan suatu presentasi. Oleh karena itu, tahap persiapan sebelumnya harus benar-benar dipahami dan dikuasai sebelum pembicara tiba di lokasi dan waktu untuk persentasi tiba.

## Presentasi

Menurut Guffey (1991), dalam melaksanakan suatu presentasi, setidak-tidaknya ada **sembilan** hal penting berikut yang harus dilaksanakan.

1. **Mulailah dengan suatu *pause*!**

Jika pertemuan dengan audiens merupakan yang pertama kalinya, pembicara harus menciptakan rasa nyaman pada dirinya sendiri dan membuat momen tersebut menjadi berkesan.

1. **Sajikan kalimat pertama yang ada dalam ingatan**!

Ingatan dalam kalimat pembukaan tersebut dapat menjalin hubungan dengan audiens melalui kontak mata sehingga pembicara kelihatan tahu dan dapat mengontrol situasi.

1. **Peliharalah kontak mata**.

Tataplah audiens. Apabila banyaknya audiens membuat pembicara merasa takut, sebaiknya pembicara mengambil dua orang audiens di sisi kanan dan dua orang audiens di sisi kiri, kemudian pembicaraan diarahkan kepada orang-orang tersebut.

1. **Kontrollah kosa kata dan suara!**

Berbicaralah dengan lembut dan cukup keras untuk didengar! Hilangkan *verbal static* seperti *eh.*..**,** *ehm*..., dan *oh*.... Lebih baik sunyi daripada diisi dengan *verbal static* pada saat pembicara berpikir atau mencari ide.

1. **Pasanglah *rem*!**

Pembicara pemula biasanya berbicara dengan sangat cepat, seakan memperlihatkan suatu kegelisahan sehingga membuat audiens sulit untuk mengerti maksud pembicaraan. Oleh karena itu, sebaiknya berbicaralah dengan perlahan dan dengarkan apa yang terucap dari mulut.

1. **Bergeraklah secara alami!**

Gunakanlah podium untuk meletakkan catatan agar dapat dengan leluasa bergerak. Hindarilah kegelisahan akan catatan, pakaian, atau materi pembicaraan yang diletakkan dalam saku. Belajarlah untuk menggunakan gerakan tubuh dalam mengekspresikan isi pembicaraan.

1. **Gunakan alat peraga visual secara efektif!**

Paparkan dan diskusikan materi pembicaraan dengan alat peraga visual, dengan cara menggerakkan ke kiri atau ke kanan agar terlihat utuh keseluruhan, kalau perlu, dengan menggunakan *pointer*.\

1. **Hindarilah penyimpangan!**

Berpeganglah pada garis besar dan catatan pembicaraan. Jangan menyimpang pada pembicaraan yang tidak sesuai dengan materi yang akan dipaparkan karena pendengar mungkin tidak akan terpikat dengan topik yang menyimpang tersebut!

1. **Ringkaslah pembicaraan menjadi poin-poin utama!**

Simpulkan presentasi dengan menyatakan poin-poin utama atau menekankan pada sesuatu yang harus didengarkan dan dipikirkan oleh audiens!

Menurut Gumbira\_Sa’id (2005),delapan hal (*The Eight’s Be*) berikut harus diperhatikan untuk melakukan presentasi prima:

* + - 1. *be front* : tepat waktu;
      2. *be presentable*: hadir, menarik, dan bermanfaat;
      3. *be prepared* : siap tempur;
      4. *be relevant* : mutakhir dan sesuai janji/harapan;
      5. *be organized* : teratur dan sistematik;
      6. *be receptive* : menerima saran dan kritik dengan tulus;
      7. *be throught* : tuntas, jelas, dan menyeluruh;
      8. *be brief* : optimal dan seringkas mungkin.

Pada intinya, dalam melakukan presentasi efektif diperlukan kemampuan mengatur posisi postur tubuh (menyentuh atau mendekat) di depan audiens, kemampuan menggunakan alat bantu, persiapan, menghadapi kecemasan, penyampaian, dan teknik tanya jawab.