



EFEKTIVITAS PELATIHAN *PUBLIC SPEAKING* TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN TENTANG KOMUNIKASI PADA *FASILITATOR EXPERIENCE LEARNING (OUTBOUND)* PT HUCLE CONSULTING

Tri Esti Budiningsih dan Imam Firmansyah ✉

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 15 Mei 2012
Disetujui 29 Juni 2012
Dipublikasikan 1 Juli 2012

Keywords:
knowledge of
public speaking; training

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk efektivitas pelatihan public speaking terhadap peningkatan pengetahuan komunikasi publik pada fasilitator experience learning (outbound) PT Hucle Consulting. Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kuasi eksperimen. Sampel dalam penelitian ini adalah fasilitator experience learning (outbound) yang berjumlah 9 orang. Metode pengumpulan datanya menggunakan tes pengetahuan dengan one group pretest posttest. Metode analisis data menggunakan teknik uji wilcoxon signed ranks test. Hasil dari penelitian ini adalah pelatihan public speaking yang telah dilakukan efektif untuk meningkatkan pengetahuan tentang komunikasi publik pada fasilitator experience learning (outbound) pada PT Hucle Consulting.

Abstract

This study aims at the effectiveness of public speaking training to increase knowledge of public communication on the facilitator's learning experience (outbound) PT Hucle Consulting. Research carried out this is quasi-experimental research. The sample in this study is the facilitator learning experience (outbound), amounting of 9 people. Methods of data collection using a knowledge test with one group pretest posttest. Methods of data analysis using the Wilcoxon signed ranks test engineering test. The results of this study is the training of public speaking has been done to increase knowledge of effective public communication on the facilitator's learning experience (outbound) in PT Hucle Consulting.

PENDAHULUAN

Komunikasi menentukan kualitas hidup manusia. Perkembangan komunikasi memberikan dampak sosial terhadap masyarakat. Komunikasi mempengaruhi perilaku, cara hidup, hidup masyarakat dan nilai-nilai yang ada. Perubahan ini tampaknya sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi itu sendiri. Hal ini dikuatkan dalam Rahmat (2007:1) dengan sebuah penelitian yang mengungkapkan bahwa 70% waktu bangun manusia digunakan untuk berkomunikasi. Sehingga tidak dipungkiri bahwa komunikasi selalu ada dan dibutuhkan oleh manusia.

Johnson dalam Supratiknya (1995: 9) menunjukkan beberapa arti penting adanya komunikasi bagi manusia, diantaranya: komunikasi membantu perkembangan intelektual dan sosial manusia, identitas dan jatidiri manusia terbentuk dalam dan lewat komunikasi dengan orang lain, dalam rangka memahami realitas di sekeliling manusia dan menguji kebenaran kesan-kesan dan pengertian yang dimiliki tentang dunia sekitar, kesehatan mental manusia sebagian besar juga oleh kualitas komunikasi dan hubungan dengan manusia lain.

Mudd dan Sillars (1998: 8) Mudd dan Sillars (1998: 8) mengemukakan bahwa seorang komunikator yang kompeten idealnya memiliki 6 enam karakteristik, diantaranya (1) mengenali situasi dimana ia harus berbicara, (2) mampu mempersiapkan respon dari setiap situasi, (3) memahami dan menyesuaikan diri pada situasi, (4) memiliki pemahaman yang kuat mengenai elemen-elemen situasi: diri, audiens, kesempatan, (5) mengetahui bagaimana pembicaraan dapat disusun dan didukung dalam suatu situasi, (6) menggunakan aspek verbal dan nonverbal dalam menyiapkan pesan dan kualitas bahasa dalam suatu situasi.

Suatu perusahaan, tentunya karyawan merupakan suatu penggerak roda organisasi untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Setiap perusahaan yang ada pasti menginginkan karyawannya mempunyai kinerja yang baik, maksimal dan sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut. Karyawan yang baik, merupakan karyawan yang mampu berpartisipasi dengan aktif dalam perusahaan, bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan dari perusahaan sehingga mencapai hasil yang diharapkan, rajin bekerja, jarang absen, disiplin waktu dan mampu memberikan solusi atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi perusahaan, serta dapat ikut menjaga kelangsungan hidup perusahaan karena adanya

rasa memiliki (Doelhadi, dalam Widyawanti, 2003: 21).

Jenis perusahaan saat ini juga bermacam-macam. Tetapi dalam garis besar, jenis perusahaan dibedakan menjadi 2, yaitu perusahaan barang dan perusahaan jasa. Keduanya mengharuskan karyawannya untuk berkomunikasi dengan baik. Komunikasi yang baik akan membuat perusahaan menjadi berjalan dengan baik. Hal ini disebabkan karena proses komunikasi yang lancar.

Oleh beberapa perusahaan, hasil dari pelatihan digunakan sebagai salah satu faktor yang akan menentukan karier atau penilaian kinerja dari fasilitator yang bersangkutan. Tidaklah mengherankan apabila kondisi saat ini menunjukkan bahwa antara perusahaan satu dan perusahaan lain berlomba-lomba untuk menjadikan pelatihan sebagai nilai lebih dari perusahaan dalam menjawab tantangan perkembangan zaman. Hal itu dilakukan karena salah satu indikator bahwa perusahaan tersebut memperhatikan masalah sumber daya manusia adalah kepeduliannya terhadap pelatihan yang diberikan kepada karyawan.

Hal inilah yang ingin diupayakan oleh PT HUCLE, kemampuan sumberdaya manusia terutama fasilitator outbound menjadi bertambah dan mempunyai daya saing yang tinggi dibandingkan dengan biro outbound lainnya. Faktor yang mendukung diadakannya pelatihan ini adalah adanya kesenjangan kemampuan antara satu fasilitator dengan fasilitator yang lain serta adanya kesenjangan antara kompetensi dari fasilitator dengan tuntutan organisasi. Faktor inilah yang merupakan pertimbangan yang sangat rasional dan mendapat perhatian penuh. Bagaimanapun dalam menjalankan sebuah pekerjaan yang sangat berpengaruh adalah kompetensi yang dimilikinya. Artinya, pekerjaan tertentu pasti membutuhkan kompetensi tertentu pula.

Data-data yang didapatkan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa pemberian pelatihan tentang public speaking sangat diperlukan oleh instruktur outbound. Sedangkan efektifitas diambil dari kata efektif yang artinya (menurut kamus besar bahasa indonesia, 1990 : 219) adalah suatu efek karena adanya akibat, pengaruh, hasil guna baik secara usaha maupun tindakan. Hal ini dimaksudkan agar pengetahuan public speaking para instruktur dapat meningkat dan nantinya dapat diaplikasikan dalam event-event outbound selanjutnya supaya hasil yang didapat lebih maksimal.

Banyak tokoh yang terkenal dan menorehkan sejarah dunia, bukan karena kekayaan atau jabatannya melainkan karena kemampuan mereka dalam hal menginspirasi jutaan orang. Kemampuan inilah yang dinamakan dengan public speaking. Mengikuti perkembangan zaman, kemampuan ini mungkin tidak dapat membuat kita melakukan hal yang samas seperti tokoh-tokoh terdahulu. Akan tetapi, hampir dipastikan kemampuan ini mampu membawa kita memperoleh kesuksesan di berbagai bidang.

Pengetahuan adalah merupakan hasil tahu seseorang yang diperoleh melalui proses mengamati, mengingat, menyangka dan menalar (Van Peursen, 1985 : 79).

Salah satu bentuk komunikasi yang dibuat dengan melibatkan konsep yang benar adalah Public Speaking. Public Speaking adalah keahlian berbicara di depan publik. Speaker and Speech are important tool in business communications (ahli pidato dan mengucapkan pidato adalah dua alat penting dalam public relations atau komunikasi bisnis). Komunikasi menurut Carl I Hovland dalam Widjaja (2006: 26) adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah menjadi tingkahlaku orang lain.

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media (Muhammad 2001: 197). Tetapi dalam penelitian ini yang akan dibicarakan adalah kontak tatap muka antara seorang pengirim pesan dengan sejumlah besar anggota penerima pesan.

Menurut Noonan dalam Tubbs and Moss (2001: 114) komunikasi publik adalah merupakan gabungan antara teater dan pernyataan publik; merupakan suatu seni; dan semua seni paradoks, merupakan suatu kekuasaan besar sekaligus kehalusan mendalam pada saat bersamaan.

Definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi publik adalah proses pertukaran pesan secara tatap muka atau dengan media antara satu orang dengan sebagian bagian besar penerima pesan atau pendengar.

Sedangkan aspek-aspek komunikasi publik adalah Tubbs dan Moss (2001: 114) : (a) Kredibilitas sumber. Kredibilitas berarti kesediaan kita mempercayai sesuatu yang dikatakan dan dilakukan seseorang. Kredibilitas merupakan pengaruh paling penting dalam penilaian kita terhadap seorang pembicara. Menurut Hart dkk (1983: 208), ada 7 faktor yang mempengaruhi kredibilitas sumber, yaitu: (1) Kekuasaan (power). Pembicara merasa sebagai seseorang yang dapat membe-

ri penghargaan dan hukuman yang pantas pada pendengarnya, sehingga pendengarnya lebih waspada dan memberikan perhatian tanpa diminta (1) Kompetensi (competence). Pembicara merasa memiliki pengetahuan dan pengalaman yang lebih baik daripada orang lain tentang topik yang dibicarakan. (2) Kepercayaan (trustworthiness). Pembicara menunjukkan perilaku yang terlihat konsisten dengan perilaku masa lalunya. (3) Pemikiran bagus (good will). Pembicara merasa bahwa audiens memiliki ketertarikan khusus padanya yang disimpan dalam pemikiran audiens. Hal ini dapat ditunjukkan dengan cara menunjukkan ekspresi ketertarikan dan perasaan yang alami atau tidak dibuat-buat. (4) Idealisme (idealism). Pembicara merasa sebagai pemilik kualitas dan nilai penghargaan pendengar yang diaspirasikan. Setiap audiens memiliki nilai, sikap, dan tujuan yang menjadi inspirasi mereka. (5) Persamaan (similarity) (6) Pembicara memutuskan untuk menyerupai audiens pada beberapa situasi. (7) Dinamis (dynamism). Pembicara merasa harus menjadi agresif, empatik, dan penuh tenaga. (b) Cara berpidato. Cara berpidato yang baik mencakup lebih daripada sekedar kelancaran berbicara, meliputi penggunaan efektif sejumlah isyarat visual dan isyarat vokal: kontak mata, gerak-isyarat tangan, sikap, penampilan untuk fisik, juga kualitas vokal, tinggi suara, volume dan kecepatan berbicara. 1) Isyarat vokal. Terdiri dari volume, kecepatan dan kefasihan, tinggi rendah suara dan kualitas. 2) Isyarat visual. Terdiri dari kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh, langkah kaki, dan gerak tubuh lainnya 3) Cara penyampaian. Menunjukkan jumlah persiapan dan jenis penyajian yang dilakukan pembicara. Ada 4 cara penyampaian yang biasa digunakan dalam komunikasi publik. Yaitu: Penyampaian mendadak : pidato yang disampaikan hanya dengan sedikit persiapan, membaca manuskrip : pidato yang disampaikan dengan persiapan lengkap sebelumnya, pidato hafalan: seluruh pidato direncanakan dengan lengkap sebelumnya, ditulis dengan manuskrip, kemudian dihafalkan, pidato tanpa persiapan: menggabungkan keuntungan dari pidato yang berpedoman dan direncanakan dengan baik, dengan spontanitas pidato mendadak.

Aspek selanjutnya adalah (C) Analisis khlayak. Menurut Clavenger dalam Tubbs and Moss (2001: 127), ada dua metode tradisional bagi para pembicara untuk menentukan bagaimana cara terbaik untuk menyesuaikan pesan dengan hadirin tertentu, yaitu: (1) Analisis demografi. Dalam analisis ini, mula-mula pembicara menentukan sifat umum khlayak, sikap-sikap inilah yang me-

nyarankan dengan dugaan mengenai keyakinan kalayak, sikap, dan nilai-nilai yang dianut. (2) Analisis berorientasi-tujuan. Setelah melakukan analisis demografis, pembicara mulai bertanya pada diri sendiri, apa informasi yang didapatkan dan paling penting dari kalayak untuk tujuan pembicara. (d) Bahasa. Pembicara yang baik harus menguasai penggunaan bahasa secara tepat dan jelas, sehingga khalayak mampu memberikan perhatian pada topik yang diberikan pembicara. Hal ini mencakup beberapa macam gaya bahasa yang dipakai oleh pembicara (Tubbs and Moss 2001: 144), antara lain : (1) Gaya bahasa yang hidup, bahasa yang konkret dan tidak membosankan. (2) Gaya metafora, (3) Transisi pidato, (4) Ekonomi bahasa, (5) Humor dan sindiran.

Pelatihan ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang aspek-aspek public speaking dikuatkan dengan teori dari Werther dan Davis (1996) tentang manfaat dari pelatihan. Disana dituliskan bahwa manfaat pelatihan salah satunya adalah Membantu individu dalam mengembangkan kemampuan belajar dan membantu individu dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mengenai suatu hal.

Pelatihan public speaking yang baik diharapkan nantinya mampu memberikan hal positif yaitu pengetahuan yang baik bagi fasilitator yang nantinya diharapkan akan berpengaruh terhadap kemampuannya dalam hal public speaking. Dengan pelatihan ini diharapkan fasilitator mampu belajar tentang public speaking yang didasarkan dari teori belajar dalam pelatihan yang diungkapkan oleh Armstrong (1992), yaitu reinforcement, experience learning dan cognitive theory.

METODE

Desain penelitian adalah rencana atau strategi yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian. Desain penelitian eksperimental merupakan bagian penting dalam metode penelitian eksperimental karena menunjukkan bagaimana suatu penelitian eksperimental dilakukan. Rancangan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan desain eksperimen, yaitu One Group Pre-test Post-test design. Dalam desain eksperimen ini pengukuran dilakukan dua kali, yaitu: sebelum dan sesudah perlakuan diberikan, dan pengaruh perlakuan diukur dari perbedaan antara pengukuran awal kemampuan menjual yang dilakukan seorang fasilitator outbound dalam melakukan public speaking (T1) dan pengukuran akhir kemampuan public speaking yang dilakukan seorang fasilitator outbound dalam melakukan public speaking (T2) (Suryabrata,

1998:55).

Subjek penelitian dalam penelitian ini berasal dari fasilitator outbound PT HUCLE Consulting. Fasilitator outbound PT HUCLE adalah mereka yang terdaftar sebagai fasilitator outbound PT HUCLE tahun 2011. Jumlah yang terdaftar sebagai fasilitator aktif tahun 2012 ada 15 orang dengan susunan senior, junior dan baru. Tetapi dalam

kenyataannya hanya 9 orang fasilitator yang dapat mengikuti pelatihan yang diberikan. Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data penelitian adalah pengumpulan data menggunakan tes pengetahuan sebagai data primer dan checklist untuk data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada tenaga fasilitator outbound PT Hucle, diketahui bahwa setelah mendapatkan pelatihan tentang public speaking, kemampuan tenaga fasilitator mengalami peningkatan. Sebesar 77,8% (7 responden) memiliki ketrampilan public speaking dalam kategori baik dan sebesar 22,2% (2 orang) memiliki ketrampilan public speaking dalam kategori cukup, sehingga sebagian besar tenaga fasilitator outbound PT Hucle dalam kategori baik. Hal ini terlihat dari peningkatan pada aspek-aspek pengetahuan public speaking, yaitu aspek kredibilitas sumber, cara berpidato, analisis khalayak dan bahasa dari kategori kurang meningkat menjadi kategorj baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas sumber (88,9%), cara berpidato (55,6%) dan bahasa (100,0 %) dalam kategori baik serta analisis khalayak (66,7 %) dalam kategori cukup. Peningkatan kemampuan public speaking diperoleh fasilitator setelah memperoleh pelatihan tentang pengetahuan public speaking. Pelatihan ini membantu individu dalam mengembangkan kemampuan belajar dan membantu dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mengenai suatu hal. Pelatihan merupakan proses melatih yang telah dipersiapkan sebelumnya untuk mengambil jalur tindakan tertentu dan untuk mengurangi dampak-dampak negatif dikarenakan kurangnya pendidikan atau mengajarkan tingkah laku keahlian melalui pengalaman dalam kegiatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan tujuan penelitian yang disampaikan oleh Cushway (2001: 116), yang menyatakan bahwa pelatihan ditujukan untuk meraih perubahan dalam pen-

getahuan, keahlian, pengalaman, tingkah laku, atau sikap yang akan meningkatkan keefektifan karyawan.

Pembahasan

Melalui pelatihan public speaking pada fasilitator outbound, diperoleh peningkatan kemampuan bekerja pada diri fasilitator. Fasilitator akan memperoleh kecakapan yang diperlukan dalam pekerjaan tertentu sesuai dengan tuntutan kemampuan bagi pekerjaan tersebut, sehingga kegagalan trainer dalam melaksanakan tugas akan menjadi berkurang. Dengan pengetahuan public speaking yang baik, nantinya diharapkan karyawan mampu meningkatkan kemampuan public speaking yang dimiliki.

Berdasarkan hasil uji perbedaan untuk mengetahui keefektifan pelatihan diketahui bahwa dari 9 orang, 2 orang memiliki hasil post tes lebih kecil daripada hasil pre testnya, 6 orang bertanda positif atau hasil post test lebih baik daripada hasil pre testnya dan 1 orang yang sama (ties) yaitu hasil pretest sama dengan hasil post testnya. Hasil uji wilcoxon diketahui nilai $Z = -1.895$ dengan signifikansi untuk dua sisi adalah 0,058. Oleh karena kasus ini adalah uji satu sisi, maka probabilitas menjadi $0.058/2 = 0,029$. Sehingga diperoleh probabilitas dibawah 0,05 ($0,029 < 0,05$), yang berarti bahwa pelatihan public speaking efektif dalam peningkatan pengetahuan tentang public speaking pada tenaga fasilitator outbound PT HUCLE.

Hasil observasi secara keseluruhan mengungkapkan bahwa peserta pelatihan public speaking awalnya memiliki ketidaksiapan dalam menyampaikan materi atau instruksi serta kemampuan memandu suatu kelompok peserta outbound. Hal ini dapat dilihat dari para peserta yang diminta memandu peserta outbound, pada awalnya pelatihan peserta masih mengalami bloking, kontak mata hilang, diam, memainkan sesuatu yang dipegang ataupun memainkan tangan, serta berdiri kaku (tidak memanfaatkan ruang gerak yang tersedia untuk fasilitator). Demikian pula ketika pada saat pelatihan, peserta masih mengalami bloking, kontak mata hilang, diam, memainkan sesuatu ataupun berdiri saja tanpa memanfaatkan ruang yang telah disediakan. Namun pada sesi terakhir pelatihan peserta lebih termotivasi ketika diminta melakukan penyampaian materi atau instruksi serta memandu suatu kelompok peserta outbound dengan sendirinya beberapa peserta menawarkan diri, hal ini dapat dilihat ketika trainer menawarkan untuk melakukan penyampaian materi atau

instruksi serta memandu suatu kelompok peserta outbound dengan sendirinya beberapa peserta menawarkan diri. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam diri peserta sudah dapat mengontrol keceemasan pada sisi kognitif, afektif dan psikomotor sehingga muncul keberanian melakukan penyampaian materi atau instruksi serta memandu suatu kelompok peserta outbound.

Pelatihan yang dilakukan dapat meningkatkan pengetahuan tentang aspek-aspek public speaking dikuatkan dengan teori dari Werther & Davis (1996) tentang manfaat dari pelatihan. Disana dituliskan bahwa manfaat pelatihan salah satunya adalah membantu individu dalam mengembangkan kemampuan belajar dan membantu individu dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mengenai suatu hal.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui adanya perbedaan kemampuan public speaking sesudah diberi pelatihan public speaking, sedangkan sebelum diberi pelatihan public speaking cenderung mempunyai kemampuan public speaking yang kurang. Hal ini dapat disebabkan oleh karena pengetahuan antar individu berbeda-beda. Setelah pelatihan public speaking yang diformulasikan dari unsur-unsur pelatihan dan aspek-aspek pengetahuan public speaking yang bertujuan untuk menurunkan kegagalan saat memandu peserta outbound, fasilitator menjadi memiliki pengetahuan public speaking lebih baik sehingga mampu mengelola kemampuannya saat memandu peserta outbound, dibandingkan dengan fasilitator sebelum mendapat pelatihan public speaking.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, diperoleh probabilitas dibawah 0,05 ($0,029 < 0,05$), maka H_0 ditolak atau dapat disimpulkan bahwa pelatihan public speaking efektif dalam peningkatan pengetahuan tentang public speaking pada tenaga fasilitator outbound PT HUCLE Consulting.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, H dan E. Widjo Hari Murdoko. 2011. *What it Takes to be An e Ejective & Allractive Trainer* (menjadi trainer yang efektif dan menarik). Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Muhammad, Arni.2001. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mudd, C.S., dan M.O. Sillars. 1986. *Speech Content and Communication*. New York: Haper and Row.

- Peursen, Van, C.A. 1985. Susunan Ilmu Pengetahuan: Sebuah Pengantar Filsafat Ilmu. Diterjemahkan oleh J. Drost. Jakarta: Gramedia.
- Rakhmat, J. 2007. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supratiknya. 1995. Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologi. Yogyakarta: Kanisius.
- Tubbs, S.L dan Sylvia Mess. 1983. Human Communication (4th eds). USA: Random Horse.
- Widjaja, H.A.W. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: PT Rineka Cipta.