

Pelatihan Menjadi Pembicara yang Menginspirasi untuk “Startup’s Coach”

Amelia Naim Indrajaya

Sekolah Tinggi Manajemen Ipmi, Jakarta 12750, Indonesia

Author E-mail: amelia.naim@ipmi.ac.id

ABSTRAK

Seorang pembimbing yang handal adalah faktor yang penting bagi keberhasilan sebuah bisnis *startup*. Mereka harus menguasai keahlian komunikasi, keahlian presentasi yang menginspirasi serta mampu mengoptimalkan potensi dari bimbingannya. Program pengembangan komunitas ini mengembangkan kemampuan komunikasi dari pembimbing dalam usahanya mengasah keahlian pebisnis *startup*. Metode penyampaian dimulai dengan konsep diri yang positif. Ke dua adalah menjelaskan konsep “Moment of Truth” dengan mengasah kemampuan komunikasi yang efektif. Bagian ke tiga adalah latihan empati dan asertif. Pada bagian akhir setiap peserta melakukan praktek melakukan presentasi di depan audiens dengan menggunakan semua keahlian yang telah diajarkan. Berdasarkan pengamatan, baik secara visual, verbal, dan isian buku kerja, para peserta menunjukkan pengembangan performansi yang menggembirakan. Mereka telah menunjukkan kemampuan untuk memberikan presentasi yang berdampak dan menginspirasi.

Kata Kunci: Kemampuan presentasi, Moment of Truth, Empati, Asertif.

ABSTRACT

A coach for a startup business needs to have a good communication skill, and a good presentation skill, in order to unleash the utmost potential of their counselees. This community development project is developing the capacity building of coaches to be able to optimize their skills in giving training and coaching sessions to their counselees. The process starts with the initial phase of Understanding the self-concept. The second step is to improve the moment of truth through the communication skill. The third is mastering empathy and using assertiveness. And the final step is practicing in front of the audience using all the skills taught and practiced in the program. Based on observation, visually, verbally and through the participant’s workbook, the participants are showing a promising improvement in delivering presentation. After the completion of the training, the participants show the ability to conduct impactful and inspiring presentation

Keywords: presentation skill, moment of truth, empathy, assertiveness.



Copyright © 2020 Authors. This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

PENDAHULUAN

Sebuah usaha start-up membutuhkan bantuan mentor/pembimbing yang mumpuni. Pembimbing hendaknya menguasai keahlian berkomunikasi

maupun piawai dalam mempresentasikan idenya secara menggugah (Barret, 2008; Bradbury, 2006). Meskipun seorang pembimbing mempunyai

kecerdasan yang tinggi, ketidakmampuan untuk mengkomunikasikan dan mempresentasikan keahliannya tersebut akan mempengaruhi proses penyerapan ilmu yang terjadi pada audiens dan konseli atau peserta bimbingannya.

Fenomena menunjukkan para ahli yang tinggi tingkat keilmuannya, namun karena tidak mampu mengkomunikasikan dan mencitrakan dirinya secara tulus dan menggugah kepada anak bimbingannya, maka proses pembelajaran tidak terjadi secara optimal. Oleh sebab itu dalam program pengembangan pelatihan "Kiat menjadi Pembicara yang Menginspirasi" ini, akan dibahas bagaimana mencitrakan diri secara tulus dan menggugah sehingga menampilkan kesan "Moment of Truth" yang positif. Bila disampaikan dengan keahlian komunikasi yang menggugah disertai pendekatan empati dan asertif, maka akan meningkatkan dampak positif dari proses pembelajaran yang terjadi (Naim, 2020).

Keahlian berkomunikasi dan memberikan presentasi bermula dari konsep diri yang positif. Penting untuk dapat menampilkan diri secara positif namun jujur. Saat seorang presenter menampilkan dirinya seakan sosok sempurna, yang bukan merefleksikan jati dirinya yang sesungguhnya, maka ini memiliki potensi untuk menjadi bumerang yang akan berbalik menghunjam diri sang presenter, saat orang lain menyadari bahwa dirinya tidak sama dengan apa yang dicitrakan atau *branding* yang ditampilkan saat di depan umum.

Pantas saja di dunia Barat sana, marak Gerakan "Anti Branding". Sampai-sampai seorang Naomi Klein membuat bukunya yang terkenal yang berjudul "*No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*" yang isinya menyentil perusahaan-perusahaan besar yang mengeksploitasi manusia maupun lingkungan, namun menghabiskan milyaran dollar agar perusahaan terlihat hebat dan mempunyai nilai-nilai keluhuran, melalui *branding* atau proses pencitraan (Klein, 2000; Klein, 2014). Hal ini menyebabkan terjadinya salah kaprah dalam memaknai arti kata *Branding* yang diterjemahkan menjadi Citra dalam Bahasa

Indonesia. Sampai-sampai timbul anekdot bahwa *Branding* adalah kemampuan untuk menampilkan seekor tikus sehingga terlihat bagi seekor tupai yang cantik. *Branding* oleh sebab itu perlu dimaknai dalam arti kata yang sebenarnya, bukan sebagai pencitraan yang dikiaskan seolah hanya menciptakan panggung sandiwara. Sebaliknya *branding* adalah menampilkan diri apa adanya yang menjadi pendekatan yang memotivasi. Komitmen menampilkan diri apa adanya ini adalah melalui pendekatan dari hati ke hati yang merupakan gabungan kecerdasan intelektual, emosional dan spiritual yang mampu menyuarakan citra sejati dengan tujuan mulia, secara tulus dan apa adanya (Naim, Mardawiyah, Syahrifa, 2019). Seorang presenter harus mampu menggali kemampuan dan potensi dirinya yang terdalam, dan konsisten dalam menampilkan citra diri secara jujur (Naim, 2020).

Pada setiap kesempatan menampilkan diri, baik di hadapan khalayak ramai, maupun saat presentasi "One on One" alias presentasi empat mata, maka audiens akan menilai performansi sang presenter. Inilah mengapa penting sekali bagi seorang presenter untuk pertama-tama mengenali diri, apakah keunikan diri? Apa tujuan yang ingin dicapai dalam hidup ini? Dan banyak pertanyaan yang bersifat kontemplatif lainnya. Semua proses pengenalan diri hendaknya seimbang, tidak hanya menampilkan kelebihan diri, tetapi terlebih juga mampu belajar untuk mengatasi kelemahan diri. Dan lebih baik lagi, bila dengan jujur mau berbagi kisah sejati diri sang presenter. Bagaimana kisah perjuangan, jatuh bangun untuk terus mencapai cita-cita. Dan bagaimana perjuangan hidup dalam menemukan prinsip hidup yang yang dapat mengatasi kelemahan diri (Vujicic, 2012). Sebuah brand yang kuat adalah brand yang tampil apa adanya serta tidak membutuhkan pemolesan pencitraan apapun karena unik, serta menginspirasi bagi semua orang.

Pada saat melakukan presentasi, maka terjadi penilaian *Moment of Truth (MOT)*. Setiap pengalaman secara individual adalah *Moment of Truth*. Saat terjadinya kontak antara customer yaitu audiens dan pemberi jasa yaitu sang

presenter; sehingga customer memperoleh kesan atas kualitas pelayanan yang diterimanya. *Moment of Truth* adalah saat-saat yang dialami customer yang mungkin memenuhi, melebihi, atau mengecewakan harapan-harapan mereka, yang menentukan kepuasan yang dirasakan oleh audiens.

Inilah saat audiens menilai diri seorang presenter. Apakah pembicara/presenternya cukup berempati. Ataukah hanya pembicara yang mau menang sendiri. Komunikasi yang efektif dengan berempati akan membantu agar *Moment of Truth* bernilai positif (Gordon, 1977; Hartline, Verrel, 1996). Berikut adalah rumus dari *Moment of Truth*.

<p>Rumus <i>Moment of Truth</i>: Keputusan <i>customer</i> = Persepsi pelayanan - Harapan pelayanan</p>
--

Gambar 1. Rumus Moment of Truth

Persepsi pelayanan adalah penilaian sang customer (dalam konteks presentasi adalah audiens) terhadap performansi saat memberikan presentasi. Harapan pelayanan adalah ekspektasi yang diharapkan sang audiens sebelum acara berlangsung, yang terbentuk dari citra yang dibangun oleh pemberi pelayanan. Semakin seorang presenter berusaha menaikkan citra diri, maka semakin tinggi ekspektasi yang diharapkan oleh penerima jasa, dalam hal ini audiens. Di sinilah dapat dipahami bahwa sangat penting untuk sejujurnya menampilkan citra diri apa adanya. Karena dengan memoles citra diri yang dipublikasikan katakanlah melalui sosial media, maka ekspektasi dan harapan terhadap performansi pun akan sangat tinggi. Sehingga bila sedikit saja kurang dari ekspektasi, nilai *Moment of Truth* sudah menjadi negatif.

Moment of Truth ini membuat pemahaman bahwa: Presenter perlu mengenali pengalaman-pengalaman *customer* yang paling kritis yang menimbulkan keluhan atau pujian dari *customer*. Salah satu pengalaman kritis untuk seorang presenter adalah saat menanggapi sanggahan ataupun pertanyaan dari para audiens. Saat inilah audiens membuka kupingnya lebar-lebar ingin mendengar bagaimana sang presenter

menanggapi suatu sanggahan ataupun pendapat yang bisa jadi berseberangan dengan apa yang telah disampaikan. Di titik inilah kemampuan berempati dapat menyelamatkan seorang presenter dari *Moment of Truth* (MOT) negatif. Berikut adalah poin penting konsep MOT.

- MOT Positif: terjadi apabila kesan *customer* tentang produk atau pelayanan sama atau lebih tinggi dari harapannya.
- MOT Negatif: terjadi apabila kesan *customer* tentang produk atau pelayanan kurang atau di bawah harapannya.

Pelayanan yang baik merupakan kombinasi dari:

- pemenuhan persyaratan yang telah dicitrakan.
- melebihi harapan *customer* (MOT+)

Saat berkomunikasi secara simultan ada tiga tingkatan komunikasi (Barret, 2008). Pertama, yaitu secara verbal melalui kata-kata (isi dari presentasi, kata-kata yang digunakan), kedua secara vokal yaitu nada suara (apa yang didengar oleh audiens berupa nada suara, volume, kecepatan berbicara, penekanan, aksen dan cara melafazkan kata-kata) dan ketiga adalah secara visual, yaitu melalui bahasa tubuh (apa yang dilihat oleh pendengar: bahasa tubuh, baju yang dikenakan, dandanan serta semua tampilan visual yang digunakan seperti ppt, flip chart, poster dan lain-lain).

Seorang profesor dari UCLA Albert Mehrabian melakukan sebuah studi Silent Messages (pesan dalam keheningan) dan menemukan suatu temuan yang sangat menarik, survei ternyata membuktikan (dalam persentase) bahwa visual menduduki peringkat paling tinggi (55), ke dua adalah vokal (38), kemudian baru verbal (7) (Hynes, 2008).

Ternyata pesan yang isinya sama namun disampaikan dengan cara yang berbeda, akan memberi dampak yang sama sekali berbeda. Misalnya, saat seorang karyawan menyampaikan alibi bahwa ia tidak berada di sana saat ada dugaan bahwa ia berada di TKP (tempat kejadian perkara). Maka cara menyampaikan yang

dilakukan dengan tenang, penuh pesan bahasa tubuh yang siap membantu, akan sangat beda sekali dampak kredibilitasnya dengan pesan yang sama, namun bahasa tubuhnya gelisah, keringat berbulir jagung, tangan yang dingin dan gemetar, serta nada suara yang tergegap. Meski kata-kata yang disampaikan persis sama, "Saya tidak berada di sana pada saat itu".

Ini lebih jauh lagi membuktikan bahwa nurani tidak bisa berbohong. Sepandai-pandainya berbohong, maka nurani tidak bisa dikendalikan. Secara otomatis maka nadi akan berdenyut kencang, jantung akan berdebar, hormon adrenalin akan deras mengalir serta berbagai reaksi tubuh lainnya akan hadir yang akan terlihat dari elemen vokal dan visual. Wajar saja ada alat deteksi kebohongan yang mampu mendeteksi melalui detak jantung, denyut nadi dan melalui fisiologi tubuh apakah seseorang ini berbohong atau jujur.

Saat presenter ingin terlihat seperti seorang yang serba tahu, dan mencari-cari alasan pembenaran, maka meski 7 % (isi) pidato menyampaikan pemahaman, namun nada (38%) dan bahasa tubuh (55%) menyiratkan bahwa presenter sebenarnya tidak paham. Otomatis yang 93% ini (yang didapat dari pesan visual dan vokal) yang akan dipercayai oleh audiens (Hynes & Veltsos, 2018).

Penelitian Mehrabian ini pula yang memberi pemahaman mengapa saat presenter telah mempersiapkan content yang hebat, namun karena visual dan vokal yang tidak mendukung saat melakukan presentasi, maka sang presenter tidak terlihat meyakini apa yang dia sampaikan. Tentunya, bila presenternya saja tidak yakin, akan sulit untuk meyakinkan para audiens.

Ini tentu saja tidak berarti bahwa, content tidak penting. Secara dasar semua ahli sepakat bahwa persiapan yang matang, adalah sesuatu yang tidak dapat ditawar-tawar, ini adalah asumsi yang mendasar. Namun bila kedua elemen lain yaitu vokal dan visual tidak mendukung, maka sia-sialah fondasi yang sudah dibangun dengan kokoh ini.

Selain faktor elemen komunikasi, partisipan juga hendaknya memahami mengapa terjadi masalah yang sering disebut sebagai demam panggung, ternyata ini adalah akibat teraktivasinya Otak Reptil yang hanya paham dua hal: Menyerang atau Kabur.

The Times of London pernah melakukan suatu penelitian yang menanyakan, "Hal apakah yang paling anda takuti?" Hasilnya sangat mengejutkan, ternyata peringkat atas adalah Berpidato di Depan Umum. Ini bahkan mengalahkan takut mati, bayar pajak, jadi bankrut, takut bercerai, takut dipenjara, takut ular, takut laba-laba dan berbagai takut lainnya (Ewing, 1994).

Sampai-sampai ada ungkapan George Jessel yang mengatakan: "Otak manusia terus berkembang dari dalam rahim sampai dewasa dan tidak pernah berhenti bekerja sampai saatnya anda berdiri untuk berbicara di depan umum" (Bradbury, 2006). Pantas saja, saat akan berbicara di depan umum yang dideteksi sebagai situasi sulit, maka sering terjadi: Keringat dingin, mulut kering, tangan gemeteran, sesak nafas, perut mulas, tangan gemeteran, wajah tegang dan tenggorokan kaku. Ternyata ini adalah akibat otak mendeteksi adanya masalah sulit, dan tubuh secara instink mengaktifasi otak reptilia. Bagian dari otak ini diciptakan Tuhan agar manusia bisa selamat menghadapi mara bahaya yang di jaman dahulu siap menghadang. Saat para leluhur masih tinggal di hutan belantara. Berkat karunia Tuhan yang begitu sayang pada ciptaan Nya, maka di saat-saat sulit menghadapi harimau, misalnya, otak instink langsung bekerja. Dan pilihan untuk otak pre-historik atau yang kadang disebut otak reptil ini, hanya dua yaitu: "Bertempur atau Kabur" (Ewing, 1994).

Kedua pilihan ini membutuhkan kesiapan fisiologis, oleh sebab itu otak reptil mengirim pesan ke berbagai bagian tubuh untuk mempersiapkan diri untuk "Bertempur atau Kabur". Mulailah nafas menjadi cepat, karena tubuh butuh oksigen yang lebih banyak. Denyut nadi mengencang, karena darah harus mengalir lebih cepat. Jantung berdebar, karena darah harus

dipompa lebih banyak. Serta perut menjadi mulas, dan ingin muntah. Ini menarik, mengapa ingin muntah? Secara sederhananya untuk bertempur ataupun kabur, tubuh harus mampu berlari sekuat tenaga atau melompat setinggi-tingginya atau berbagai aktivitas fisik lainnya. Ini lebih baik dilakukan dalam kondisi perut kosong. Inilah fungsi reaksi mulas tersebut. Namun tentunya saat ini kita tidak berada di tengah hutan juga tidak pula harus memilih bertempur atau kabur meski sama-sama berada dalam keadaan yang kadang dinyatakan "sulit" yaitu menghadapi audiens yang seolah-olah sedang siap menerkam.

Ini membutuhkan relaksasi agar otak menyadari bahwa telah salah mengaktifkan otak reptil. Sampaikan kepada diri sendiri bahwa saat ini tidak sedang berada pada posisi bertempur atau kabur, ini hanyalah saat terbaik untuk berbagi ilmu yang bermanfaat. Niat yang mulia. Ini bukan pertarungan dalam pertandingan cerdas cermat dan tidak perlu berupaya membuktikan siapa yang paling benar, tetapi hanya berusaha menyampaikan pesan agar dapat bermanfaat bagi audiens yang mendengarkan. Penting saat ini untuk tersenyum dan kembali ke niat awal yang telah didefinisikan untuk suatu tujuan yang mulia. Maka otak akan mengaktifkan otak cortex, yaitu otak manusia modern yang bersifat rasional. Dan reaksi adrenalin tidak lagi mengaktifkan otak reptil melainkan membantu tubuh memiliki energi yang lebih tinggi. Suara bisa menjadi lebih kencang, antusiasme semakin terlihat, bahasa tubuh terlihat bersemangat dan lain-lain efek positif yang memang diinginkan dan membantu kita dalam memberikan presentasi yang penuh energi.

Seringkali saat memberikan presentasi, saking bersemangatnya, muncullah adrenalin yang membantu tubuh untuk menghilangkan rasa sakit. Bahkan rasa lapar. Saat bersemangat seorang presenter dapat melakukan presentasi dan melupakan rasa sakit, rasa lelah dan rasa-rasa negatif lainnya, bahkan lupa akan rasa lapar. Adrenalin ini dapat dimanfaatkan sebagai energy booster dan jangan sampai salah digunakan

sehingga malah mengaktifkan insting bertempur atau kabur.

Adrenalin dapat membantu presentasi, bila presenter dapat mengarahkannya ke arah yang tepat. Namun bila keliru mengaktifkan otak insting, maka hasilnya adalah demam panggung yang membuat presenter terpeka di satu titik, sehingga terjadi kepanikan. Ini biasanya terjadi karena kurang latihan serta kurang persiapan. Inilah demam panggung yang harus ditanggulangi.

Setelah mampu menampilkan citra yang positif, maka tantangan berikutnya adalah menyampaikan komunikasi yang berempati serta juga bersifat asertif. Setelah seorang presenter tahu persis apa tujuan yang ingin dicapainya serta citra sejati yang akan dibangunnya, maka ia harus menyampaikan semua pesan ini melalui komunikasi yang menggugah dan berdampak. Bagaimana agar dapat membangun pesan yang berdampak, tentunya bergantung pada reaksi yang dirasakan oleh audiens.

Seorang presenter tidak dapat menepuk dada dan mengatakan saya adalah seorang presenter yang handal, karena penilaian itu berada di tangan audiens. Meskipun seorang presenter merasa dirinya hebat, dan merasa sudah menjadi singa podium, namun bila audiens hanya menangkap kepongahan dan upaya memuaskan diri sendiri, maka sejatinya upaya menyampaikan pesannya alias komunikasinya telah menjadi gagal total.

Di sinilah kembali tampak perlu munculnya nilai-nilai keluhuran. Kepongahan, orientasi diri sendiri, egosentris adalah semuanya lawan dari sifat-sifat luhur. Pantas saja pendekatan tersebut tidak mendapat tanggapan positif dari audiens. Namun bila pesan yang disampaikan adalah nilai-nilai keluhuran, cinta, pengorbanan, kerja keras untuk masa depan yang lebih baik, maka nilai-nilai luhur yang disampaikan secara jujur dengan kisah-kisah nyata yang relevan akan menimbulkan trust/kepercayaan di mata audiens (Naim, 2020).

Kepercayaan dapat dibangun melalui pendekatan Empati. Kata empati ini jarang dipahami di dalam

Bahasa Indonesia. Kadang diartikan sebagai simpati, yang memiliki arti yang jauh berbeda. Empati adalah saat komunikasi bersifat rasional serta menghargai perbedaan. Sementara simpati akan membuat seseorang cenderung terlarut secara emosional dengan bersimpati terhadap lawan bicara.

Empati adalah memahami, mencoba merasakan apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh lawan bicara, dan memperlihatkan pemahaman tersebut kepada lawan bicara secara terbuka, tanpa harus sependapat. Untuk mengingatkannya dengan mudah, maka Empati adalah Memahami dan Menunjukkan Pemahaman. Karena bila hanya memahami tapi tidak diperlihatkan, maka tidak ada jaminan bahwa lawan bicara menyadari bahwa dirinya telah dipahami. Namun dengan menunjukkan implikasi dari pemahaman melalui komunikasi baik lisan, tulisan maupun visual, maka akan tercipta hubungan yang baik berlandaskan kepercayaan.

Ciri-ciri empati adalah saat komunikasi dilakukan tanpa bermaksud untuk menilai, memojokkan, apalagi menyalahkan serta membuat lawan bicara merasa malu. Satu-satunya tujuan, adalah membuat lawan bicara merasa dipahami, sehingga membuka pintu ke arah penyelesaian masalah. Oleh sebab itu ciri-ciri dari empati adalah SELF-LESS alias tidak berorientasi dan mengutamakan ego diri, melainkan berorientasi melayani dengan selalu berusaha mengemukakan kepentingan bersama dan memahami serta menghargai perbedaan pendapat.

Ketika melakukan sebuah presentasi, kadang presenter mendapatkan pertanyaan yang menohok dan kadang memicu untuk bereaksi secara emosional. Inilah saatnya untuk menunjukkan empati untuk mendapatkan MOT dan citra yang positif. Namun hal ini hanya dapat dilakukan dengan selalu berprasangka baik terhadap siapapun. Rumus sederhana Empati adalah eM Pa T I : (eM) Memahami, (Pa) Perasaan, (T) Tunjukkan, (I) Implikasi pemahaman.

Selanjutnya dalam melakukan presentasi juga

perlu pendekatan asertif, yaitu ketegasan dengan tetap menghargai hak-hak dan perasaan semua pihak. Bila seorang presenter mampu menggunakan keahlian komunikasi yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan para audiens, maka proses pengembangan "Capacity Building" terhadap peserta startup akan berjalan dengan optimal.

METODA

Pendekatan yang Digunakan

Dalam melakukan pelatihan ini digunakan pendekatan berorientasi partisipan. Partisipan semuanya aktif terlibat dalam memberikan contoh-contoh kasus serta tampil di depan kelas mempraktekkan kiat-kiat yang dibahas di setiap sesi.

Pelatihan juga dilakukan dengan metoda Experiential Learning Discovery Journey, dimana semua peserta berperan aktif dan menemukan pembelajaran dari setiap proses serta modul ajar melalui contoh kasus dan permainan-permainan yang memotivasi. Dari permainan tersebut diperoleh insight yang berharga dan mendukung target yang ingin dicapai dalam pelatihan.

Modul-modul Pelatihan

Pelaksanaan "*Capacity Building*" ini dijalankan melalui pembelajaran dari beberapa modul, dengan menjalankan semua petunjuk yang telah disediakan di "Buku Kerja" yang disediakan.

Modul-modul yang digunakan:

1. Tampilkan Citra Dirimu
Bahasan mengenai Konsep Diri yang Positif
Membangun Citra Diri yang Positif
2. Komunikasi yang Menggugah
Bahasa Empati
Konsep Moment of Truth
Memahami Tiga Elemen Komunikasi
Mengatasi Demam Panggung
3. Negosiasi yang Asertif
Pendekatan Asertif versus Agresif dan Pasif
4. Komunikasi di Depan Publik

Mengenali gaya sosial/interpersonal
Struktur Presentasi
Mengenali Alat Bantu Visual
Mengenali Aneka Gaya Presentasi

Metoda yang digunakan untuk melatih para “Coach” adalah dengan menjelaskan proses pengembangan diri menjadi presenter yang menginspirasi secara holistik. Metodologi ini sangat menyeluruh dimulai dari pengenalan diri, pembentukan citra diri yang tulus dan positif, mempraktekkan kiat-kiat berkomunikasi secara berempati dan asertif, sampai kepada memahami dan mempraktekkan tipe-tipe presentasi yang berbeda-beda.

Setiap peserta mengisi kolom-kolom isian yang tersedia di buku kerja, selangkah demi selangkah, sehingga memudahkan proses pemahaman untuk setiap modul. Proses pembelajaran bersifat aktif dan dua arah, dan partisipan menjadi sentra perhatian utama. Proses *Discovery Experiential Learning* ini amat menstimulasi motivasi para peserta untuk terlibat secara totalitas di dalam proses pelatihan.



Gambar 2. Pelatihan dilakukan melalui proses permainan yang menunjang tujuan pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat presentasi praktek di depan kelas, para partisipan yang nantinya berperan sebagai pembimbing *start up* mampu menunjukkan kiat-

kiat yang dibahas di dalam kelas. Presentasi telah mereka persiapkan sesuai dengan tahapan-tahapan di buku panduan kerja.

Buku kerja menyediakan isian dengan struktur langkah demi langkah, sehingga memudahkan peserta untuk memahami modul-modul yang diberikan. Testimoni yang diberikan antara lain adalah: Para partisipan berpendapat bahwa kegiatan ini amat positif. Partisipan menjadi sangat termotivasi, bersemangat serta sangat antusias, serta menikmati proses pembelajaran selama mengikuti rangkaian acara ini. Testimoni peserta antara lain terekam pada rincian di bawah ini:

- Kini kami menyadari perlunya seorang presenter memahami siapa audiens yang dihadapinya.
- Dengan menggunakan pendekatan empati, presenter dapat membina hubungan dengan audiensnya.
- Ternyata bakat hanya 10% selebihnya adalah tekad, pola berpikir yang positif, serta latihan terus menerus.
- Karena pelatihan bersifat dua arah, serta disediakan buku kerja, maka langkah-demi langkah mudah untuk diikuti.
- Pelatihan juga dirancang dengan permainan dan kasus nyata, sehingga proses pembelajaran terasa lebih berkesan melalui proses belajar aktif.
- Diberikan kesempatan untuk tampil di depan kelas, sehingga peserta dapat langsung mempraktekkan ilmu yang diperoleh dari fasilitator dan dari buku referensi.



Gambar 3. Buku Kerja: Kiat Menjadi Pembicara yang Menginspirasi

Berikut adalah hasil pengamatan sebelum dan sesudah pelatihan berdasarkan triangulasi dari hasil observasi selama kegiatan belajar mengajar di kelas, isian di buku panduan serta praktek presentasi di depan kelas:

1. Menampilkan citra diri

Sebelum: Partisipan belum memahami konsep diri yang positif

Sesudah: Bahasa tubuh dan intonasi menunjukkan semangat, energi dan postur tubuh yang memperlihatkan konsep diri yang positif

2. Komunikasi yang menggugah

a. Moment of Truth

Sebelum: Partisipan belum memahami konsep "Moment of Truth (MOT)"

Sesudah: Peserta memahami bahwa Moment of Truth adalah saat audiens menilai performansi kita dan membandingkannya dengan harapan mereka. Bila melebihi harapan, maka MOT positif, tapi bila lebih rendah, maka MOT negatif. Peserta menunjukkan MOT positif dengan mempraktekkan story telling yang mengharukan (mengisahkan kisah jatuh bangunnya saat awal berbisnis)

b. Tiga elemen komunikasi

Sebelum: Belum memahami makna tiga elemen komunikasi

Sesudah: Memahami bahwa visual amat penting kemudian vokal dan terakhir verbal. Intinya presenter harus jujur dan selaras dalam menyampaikan presentasi. Peserta kini mampu menggunakan bahasa tubuh yang menunjukkan kerendahan hati, keteguhan sikap dan perjuangan jatuh bangunnya secara jujur dan menggugah saat praktek presentasi.

c. Otak Reptil menyerang atau kabur

Sebelum: Belum memahami mengapa timbul demam panggung

Sesudah: Memahami cara kerja otak reptil yang hanya mengenal bertempur atau kabur, sehingga harus beralih mengaktifasi otak modern cortex dengan cara terus berlatih dan

meningkatkan kepercayaan diri. Presenter kini menunjukkan kepercayaan diri bahkan saat praktek presentasi mampu membuat audiensnya terpesona.

3. Negosiasi yang Asertif

Sebelum: Belum memahami konsep asertif
Sesudah: Memahami kiat berkomunikasi secara asertif tegas dan menggugah. Presenter saat praktek bernegosiasi, mampu menunjukkan keteguhan namun tetap menghargai perbedaan.

4. Komunikasi di Depan Publik

Mengenali gaya-gaya presentasi yang berbeda-beda

Sebelum: Partisipan belum memahami perbedaan berbagai gaya presentasi
Sesudah: Partisipan dapat menyesuaikan gaya presentasinya dengan situasi dan kondisi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan ini memaparkan langkah demi langkah untuk mengembangkan kemampuan menjadi pembicara yang menginspirasi. Berita baiknya adalah bakat dari lahir hanya berpengaruh sepuluh persen. Selebihnya sembilan puluh persen adalah sikap, cara berpikir serta komitmen dalam berlatih yang dilakukan secara terus menerus.

KESIMPULAN

Dari pelatihan ini terlihat bahwa ilmu komunikasi serta kemampuan "soft skill" antara lain seperti membangun kepercayaan, membina hubungan dan memimpin, adalah kemampuan yang penting sekali untuk dimiliki oleh seorang pemimpin dan pembimbing. Seringkali kegagalan dalam membimbing bukan karena pembimbingnya kurang pengetahuan mengenai bisnis, tetapi ternyata adalah kesulitan dalam memotivasi dan menyampaikan pesan secara menginspirasi. Program *capacity building* ini amat diperlukan untuk meningkatkan tingkat keberhasilan proses mentoring, bimbingan antara coach dengan pebisnis startup yang dibimbingnya. Komunikasi yang efektif adalah kunci kesuksesan disertai kemampuan memberikan pemaparan yang

menginspirasi, sehingga dapat melejitkan potensi terdalam dari para konseli pelaku startup yang tengah dibimbing.

SARAN

Pelatihan ini membutuhkan format pelatihan yang disebut "*Sandwich Program*". Pelatihan yang berbentuk sandwich program, memberikan kesempatan jeda di antara sesi-sesi pelatihan untuk partisipan menerapkan kiat yang diperolehnya di saat mengikuti pelatihan. Setelah menerapkan target-target latihan, partisipan hendaknya melakukan proses monitoring dan evaluasi mandiri. Setelah masa jeda, maka sesi

pelatihan akan dilanjutkan misalnya satu minggu sejak pelatihan awal. Saat pelatihan tahap ke dua inilah, dilakukan berbagai proses "*review*" untuk membahas kendala-kendala yang dijumpai selama melakukan praktek lapangan. Dengan cara "*sandwich program*" maka proses umpan balik dapat berjalan secara lebih efektif.

Program capacity building ini menghasilkan sebuah buku kerja yang dapat digunakan untuk menjadi panduan untuk para coach/pembimbing sehingga dapat menjadi pembimbing yang memotivasi dan mampu memberikan inspirasi dan melejitkan potensi para peserta bimbingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Klein, Naomi, (2014) *This Changes Everything: Capitalism vs. the Climate*. New York: Simon & Schuster, 2014.
- Klein, N. (2000). *No logo: Taking aim at the brand bullies*. Toronto: Knopf Canada.
- Barrett, D. (2008). *Leadership communication*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Bradbury, A. (2006). *Successful presentation skills* (Vol.51). Kogan Page Publishers.
- Ewing, I.M. (1994). *The Best Presentation Skills*. Ewing Communications.
- Gordon, D.T.(1977). *Leadership effectiveness training*. Bantam.
- Hartline, M. D., & Ferrell, O. C. (1996). The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. *Journal of marketing*, 60(4),52-70.
- Hynes, G. E., & Veltsos, J. R. (2018). *Managerial communication: Strategies and applications*. Sage Publications.
- Klein, N., & Sawchuk, K. (2000). No logo: taking aim at the brand bullies. *Canadian Journal of Communication*, 25(4),576.
- Naim, A., Daryanto, W., Zahirsjah, R., & Yeung, S. *The Importance of Workplace Spirituality toward Enhancing Organizational Commitment and Job Satisfaction: A Conceptual Work*. Nabu Publications.
- Naim, Amelia (2020). *Kiat Menjadi Pembicara yang Menginspirasi*. AMNA publisher.
- Vujicic, N. (2012). *Life without limits: inspiration for a ridiculously good life*. WaterBrook Press.