

## **Sosialisasi Public Speaking Pada Pengelolaan Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau**

### ***Management of Tourism Affairs Department of Riau Islands Province***

**Imam Ozali <sup>a,1\*</sup>, Charles AN <sup>b,2</sup>, Cecep Pahrudin <sup>c,3</sup>**

<sup>abc</sup> Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup>imamozaly@gmail.com, <sup>2</sup> charles0862@gmail.com, <sup>3</sup> c.pahrudin@yahoo.co.id

\*corresponding e-mail

---

#### **ABSTRACT**

*Public Speaking is very important and much needed in communicating with the public. The purpose of this public speaking outreach is so that all those involved in the management of tourist destinations, such as tourism villages, airlines, hotels and travel agents in the Riau Archipelago Province understand and know how to communicate properly and correctly to tourists visiting the Riau Islands Province. Some types of public speaking are informative public speaking, persuasive public speaking, entertaining public speaking, technical public speaking and brief public speaking. The problem that we found in the Riau Islands Province tourism industry is a condition where the use of good and correct public speaking is not optimal in the tourism industry. So that it has an impact on the poor service provided to tourists while visiting the Riau Archipelago Province. The method we use in Community Service (PKM), is that we work together with the Tourism and Culture Office of the Riau Archipelago Province to disseminate information to all those involved in managing tourist destinations, such as Tourism Villages, Airlines, Hotels and Travel Agents in the Riau Islands Province. The output that we hope for with this Community Service (PKM) is a condition in which all tourism actors in the Riau Islands Province can communicate with tourists through the use of good and correct Public Speaking. The end result is tourist satisfaction during their visit to the Riau Islands Province, which has an impact on increasing the number of tourist visits to the Riau Islands Province.*

**Keywords:** *public speaking, tourism, communication, airlines, tourists*

## ABSTRAK

Public Speaking adalah hal yang sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat. Tujuan sosialisasi public speaking ini adalah agar semua yang terlibat pengelolaan destinasi wisata, seperti Desa wisata, Airlines, Hotel dan Travel Agent di Provinsi Kepulauan Riau memahami dan mengetahui bagaimana cara melakukan komunikasi yang baik dan benar kepada wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Kepulauan Riau. Beberapa jenis public speaking adalah public speaking informatif, public speaking persuasif, public speaking menghibur, public speaking teknis dan public speaking singkat. Permasalahan yang kami temukan pada industri pariwisata Provinsi Kepulauan Riau adalah suatu keadaan belum maksimalnya penggunaan public speaking yang baik dan benar pada industri pariwisata. Sehingga berdampak kepada kurang baiknya pelayanan yang diberikan kepada wisatawan selama berkunjung di Provinsi Kepulauan Riau. Metode yang kami gunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, yaitu kami bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Kepulauan Riau melakukan sosialisasi kepada semua yang terlibat pengelolaan destinasi wisata, seperti Desa Wisata, Airlines, Hotel dan Travel Agent di Provinsi Kepulauan Riau. Luaran yang kami harapkan dengan adanya Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah suatu kondisi dimana seluruh pelaku pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau dapat melakukan komunikasi kepada wisatawan melalui penggunaan Public Speaking yang baik dan benar. Yang hasil akhirnya adalah terjadinya kepuasan wisatawan selama berkunjung di Provinsi Kepulauan Riau, yang berdampak kepada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Kepulauan Riau.

**Kata kunci:** *public speaking*, pariwisata, komunikasi, *airlines*, wisatawan

### A. Pendahuluan

Pariwisata memiliki kontribusi ekonomi bagi negara berupa itu pendapatan suatu negara, pertumbuhan ekonomi, neraca pembayaran dan devisa. Masyarakat lokal berupa usaha kecil menengah, pengentasan kemiskinan, peningkatan status desa. Jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat kontribusi ekonomi dari pariwisata. Pengelolaan suatu destinasi pariwisata secara logis dapat mempengaruhi konsumsi pengunjung dan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi

tersebut. Semakin baik pengelolaan destinasi maka tingkat konsumsi pengunjung akan meningkat dan secara langsung akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan destinasi wisata tercermin dari atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan organisasi pariwisata (Millenia et al., 2021)

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Peranan pariwisata sendiri yaitu sektor yang bisa menunjang kemajuan suatu daerah, terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi daerah. Kebijakan ini diberlakukan atas dasar masyarakat daerah yang memiliki modal yang dapat diandalkan untuk kemajuan daerahnya, salah satunya dengan kegiatan pariwisata. Ada beberapa macam wisata yang dapat dijadikan sumber devisa Negara, antara lain (1) Wisata Budaya (2) Wisata Sejarah (3) Wisata Alam (4) Wisata Belanja (5) Wisata Keagamaan (Rahma, 2020)

Pengembangan kepariwisataan dapat membawa banyak manfaat dan keuntungan. Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menyaingi kegiatan ekonomi lainnya, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait. Upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional untuk meningkatkan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara serta penerimaan devisa. Mengingat luasnya kegiatan yang harus dilakukan untuk mengembangkan kepariwisataan, maka perlu dukungan dan peran serta yang aktif dari masyarakat.

Komunikasi merupakan kebutuhan setiap manusia, khususnya dalam menjalin interaksi kemanusiaan dan memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pola komunikasi yang berkembang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga persuasif. Artinya komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain mengerti, tetapi juga berharap agar orang lain menerima suatu paham, keyakinan atau melakukan suatu perbuatan tertentu.<sup>1</sup> Komunikasi yang dilakukan pada dasarnya memiliki empat fungsi yaitu fungsi sosial, ekspresif, ritual dan instrumental. Diantara fungsi komunikasi tersebut nampaknya tidak sama sekali independen, melainkan saling berkaitan satu dengan lainnya, meskipun terdapat fungsi komunikasi yang dominan, salah satunya adalah fungsi sosial untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan serta memupuk hubungan dengan orang lain (Hasanah, 2017)

Dalam tataran ilmu komunikasi berbicara di depan umum dikenal dengan istilah public speaking. Keterampilan serta teknik-teknik dalam public speaking perlu di miliki seorang pembicara agar tujuan, materi serta informasi yang hendak disampaikan kepada audiens dapat ditangkap dan diterima dengan baik oleh audiens. Salah satu praktek public speaking yang sering dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah penyampaian presentasi. Presentasi juga sering digunakan sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi Eksternal suatu organisasi maupun perusahaan kepada stakeholders (pihak yang Memiliki kepentingan dengan perusahaan). Pada sosialisasi tersebut, kami memberikan materi public speaking, yang menurut (Oktavianti & Rusdi, 2019), public speaking adalah sebuah proses, sebuah tindakan dan seni dalam membentuk pidato (speech) di hadapan audiens. Setiap orang sejak usia 10 hingga 90 tahun mendapati diri mereka dalam situasi dimana mereka harus berbicara di depan public. Public speaking melibatkan pengiriman kata-kata kepada audiens sebagaimana halnya seorang juru bicara, untuk persoalan/isu tertentu. Storytelling melibatkan video atau tulisan atau kisah pribadi tentang pengalaman hidup dan menggunakan kisah tersebut untuk mempengaruhi peserta.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Institut Transportasi dan Logistik (ITL) Trisakti, merespon akan kepedulian tersebut dengan menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa “Sosialisasi Public Speaking Pada Pengelolaan Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau”.

Maksud dan tujuan dari sosialisasi public speaking pada pelatihan tersebut adalah (1) Para peserta pelatihan diharapkan mengetahui betapa pentingnya Public Speaking (2) Dapat meningkatkan rasa percaya diri bagi pelaku pariwisata desa wisata ketika berhubungan dengan wisatawan (3) Mempersiapkan diri ketika akan berbicara didepan orang banyak (4) Mengetahui hal-hal yang menyebabkan seseorang gugup/grogi ketika berbicara didepan orang banyak (5) Bagaimana berkomunikasi yang efektif dengan pendekatan teknik public speaking yang benar.

Sasaran kegiatan sosialisasi pentingnya public speaking ini adalah peserta dari Desa Wisata, Airlines, Hotel dan Travel Agent di Provinsi Kepulauan Riau. Sehingga pada saat melayani wisatawan dengan jumlah yang besar di suatu destinasi wisata, dapat memberikan pelayanan dengan baik, menyampaikan komunikasi dengan baik, dan tentu meningkatkan rasa percaya diri.

Desa wisata merupakan salah satu objek wisata yang sedang berkembang pada sektor pariwisata. Desa wisata biasanya dikembangkan pada kawasan pedesaan yang didalamnya masih memiliki karakteristik khusus. Karakteristik yang dimiliki pada desa wisata adalah sumber daya alam yang masih asli, keunikan desa, tradisi dan budaya masyarakat lokal. Berbagai karakteristik tersebut menjadi identitas suatu desa wisata yang memiliki kegiatan wisata minat khusus (Masitah, 2019).

Airlines adalah salah satu moda transportasi yang sangat menunjang keberhasilan destinasi wisata. Dengan adanya moda transportasi udara, tentu akan mempermudah seorang wisatawan mengunjungi suatu destinasi wisata. Didalam duni penerbangan dikenal 2 (dua) jenis penerbangan, yaitu Full Service Airlines (FSC) dan Low Cost Carrier (LCC) (Ozali & An, 2021)

Hotel adalah Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan fasilitas kamar untuk tidur, pelayanan makanan, dan minuman kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (PURBA, 2019)

Travel Agent adalah yang berarti suatu perusahaan keagenan yang kegiatannya menitik beratkan pada bisnis perjalanan (Lahilote, 2010)

Sosialisasi public speaking kepada semua pelaku destinasi wisata yang terdiri pengelola desa wisata, Airlines, hotel dan travel agent sangat penting dilaksanakan, hal ini disebabkan karena kondisi sebelum diadakan sosialisasi public speaking menunjukkan bahwa kemampuan public speaking para peserta masih sangat kurang memadai, masih kurang baiknya interaksi dan komunikasi antara pelaku pariwisata dengan wisatawan, sehingga sangat berdampak negatif dalam rangka pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata serta pelayanan kepada wisatawan.

## B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan “Sosialisasi Public Speaking Pada Pengelolaan Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau” ini diselenggarakan secara tatap muka, dan diikuti oleh 40 (empat puluh) peserta dari Desa Wisata, Airlines, Hotel dan Travel Agent di Provinsi Kepulauan Riau. Waktu pelaksanaan kegiatan pada tanggal 16 sd. 17 Desember 2021, bertempat di hotel Aston, Tanjungpinang. Peserta dari setiap industri dalam kegiatan sosialisasi public speaking adalah sebagai berikut :

Tabel-1 Peserta sosialisasi dari setiap industri

| No. | Industri     | Peserta                | Jumlah |
|-----|--------------|------------------------|--------|
| 1.  | Desa Wisata  | Pokdarwis              | 25     |
| 2.  | Airlines     | Staf Sales & Marketing | 4      |
| 3.  | Hotel        | Staf Front Office      | 8      |
| 4.  | Travel Agent | Staf Sales & Marketing | 3      |

Rundown pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

- Hari ke- 1 :   Pengertian dan betapa pentingnya Public Speaking  
                   Meningkatkan rasa percaya diri saat Public Speaking  
                   Mempersiapkan diri saat akan berbicara didepan orang banyak  
                   Mengetahui penyebab seseorang grogi/gugup pada Public Speaking
- Hari ke- 2 :   Metode penyampaian yang benar dalam Public Speaking  
                   Hal-hal yang diperhatikan dalam Public Speaking  
                   Strategi penggunaan kata dan kalimat yang benar  
                   Bagaimana melakukan Analisa terhadap audiens

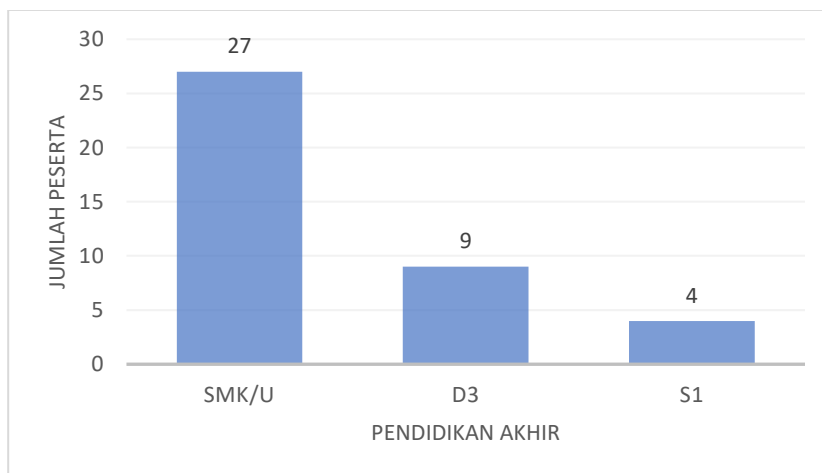
### C. Hasil dan Pembahasan

#### Karakteristik Peserta

Jumlah peserta dalam kegiatan tersebut sebanyak 40 (empat puluh) peserta, dengan rincian peserta dari Desa wisata, Airlines, hotel dan Travel Agent. Hal ini sangat menarik ternyata semua peserta dari industri yang diundang dalam kegiatan ini, mengirimkan perwakilannya. Hal ini menunjukkan bahwa materi publik speaking sangat dibutuhkan oleh industri dalam berinteraksi dengan pelanggan dalam jumlah yang besar.

Berdasarkan Pendidikan Akhir dari peserta pelatihan, dapat disampaikan bahwa sebagai besar Pendidikan akhir peserta adalah dari Sekolah Mengah Umum/Kejuruan, dengan penjelasan seperti pada gambar-1 berikut :

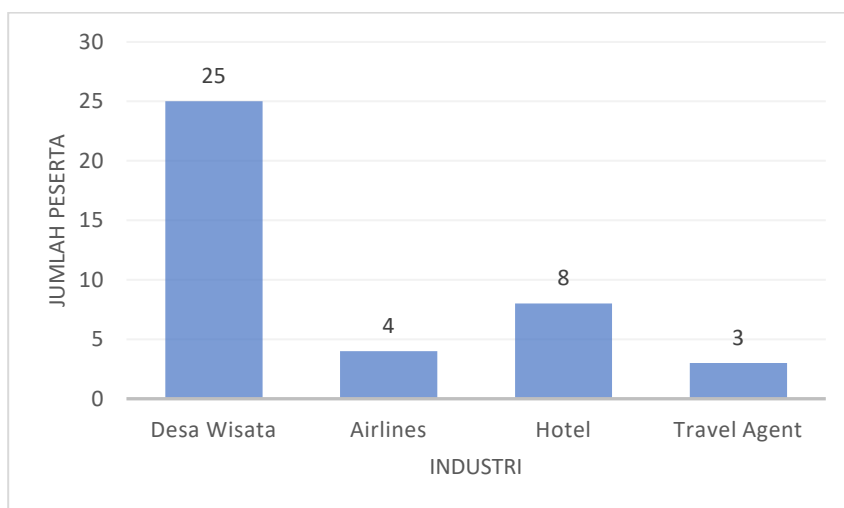
Gambar-1 Peserta berdasarkan Pendidikan Akhir



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

Berdasarkan kategori industri, dapat disampaikan bahwa peserta terbesar berasal dari Desa Wisata, kemudian diikuti peserta dari Hotel, Airlines dan Travel Agent. Penjelasan lebih detail disampaikan seperti pada gambar-2 berikut :

Gambar-2 Peserta berdasarkan Kategori Industri

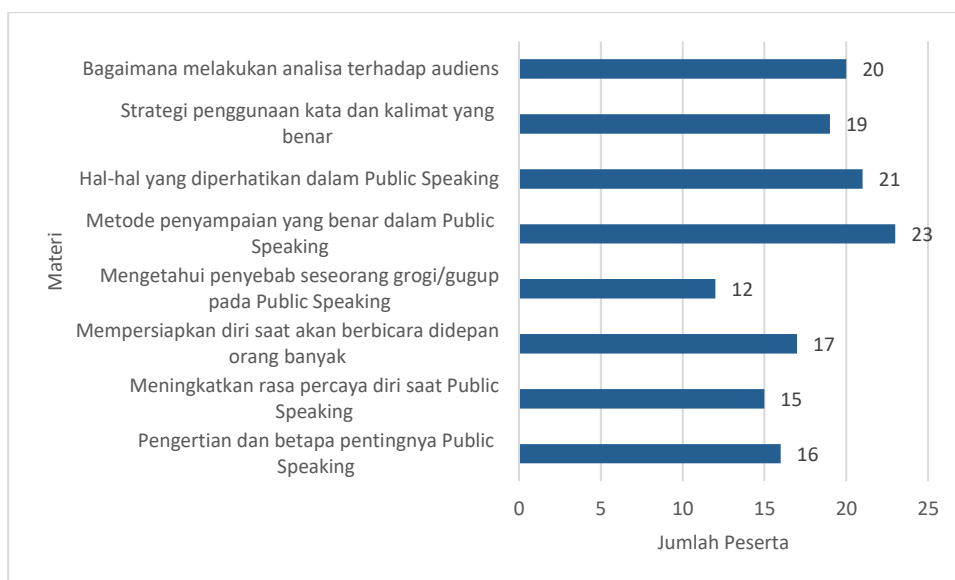


Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

### Pre-Evaluation

Sebelum melakukan kegiatan sosialisasi public speaking, tim PKM melakukan pre-evaluation kepada seluruh peserta terhadap pemahaman materi public Speaking. Dari hasil pre-evaluation dapat dihasilkan bahwa pada materi “Penyebab seseorang grogi/gugup pada saat public speaking” merupakan materi yang perlu dimaksimalkan, karena Sebagian besar peserta menyampaikan merasa grogi/gugup pada saat public speaking. Berikut dapat dijelaskan pada gambar-3 :

Gambar-3 Hasil Pre-evaluation



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

### Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi tersebut, dilaksanakan sesuai jadwal yang telah dibuat, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Pre-evaluation yaitu suatu kegiatan evaluasi yang diberikan kepada para peserta, sebelum kegiatan sosialisasi dimulai. Tujuan dari pre-evaluation adalah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman para peserta sosialisasi terhadap public speaking sebelum pelaksanaan sosialisasi dimulai. Pre-evaluation diberikan dalam bentuk pertanyaan melalui google form kepada seluruh peserta sosialisasi public speaking.
2. Pemaparan Materi yaitu kegiatan sosialisasi materi public speaking kepada peserta dengan metode presentasi, diskusi dan tanya jawab dengan peserta sosialisasi, untuk menggali permasalahan public speaking yang dialami setiap peserta dan kemudian mencari solusinya.
3. Praktek penerapan Public Speaking di lapangan, dengan menggunakan peserta lain sebagai audiens. Pada kegiatan praktek ini, dari 40 (empat puluh) peserta yang hadir dibagi menjadi 5 (lima) kelompok, dengan masing-masing kelompok berisi 8 (delapan) peserta. Pada tahap ini, setiap peserta akan di beri waktu 5 (menit) untuk mempraktekkan public speaking kepada kelompoknya masing-masing.
4. Post-evaluation yaitu suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah sosialisasi public speaking selesai dilakukan, tujuannya untuk melihat sejauh mana pemahaman terhadap materi public speaking yang diberikan selama sosialisasi. Post-evaluation diberikan dalam bentuk pertanyaan melalui google form kepada seluruh peserta sosialisasi public speaking.

Penjelasan materi yang disampaikan dalam sosialisasi public speaking tersebut, dapat kami sampaikan sebagai berikut :

### **Pengertian dan betapa pentingnya Public Speaking**

Seperti diketahui, public speaking dipahami sebagai teknik penyampaian pesan di depan publik. Secara keilmuan, public speaking sendiri merupakan bagian dari ilmu komunikasi. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan proses interaksi untuk berhubungan dari satu pihak ke pihak lainnya. Jika menilik dari lintasan sejarah, maka awal proses komunikasi berlangsung sangat sederhana, yaitu dimulai dari sejumlah ide yang abstrak/pikiran dalam otak seseorang untuk mencari data/menyampaikan informasi, kemudian dikemas menjadi sebuah pesan. Pesan tersebut kemudian dapat disampaikan baik secara langsung maupun tidak langsung, salahsatunya adalah dengan berkomunikasi dihadapan khalayak banyak yang dikenal sebagai public speaking (Girsang, 2018)

### **Meningkatkan rasa percaya diri saat Public Speaking**

Untuk menjadi seorang yang baik dalam public speaking maka dibutuhkan beberapa cara. Pertama, proses belajar dan latihan secara kontinyu sehingga seseorang dapat dapat mengembangkan komunikasinya dalam berbagai situasi dan kondisi. Proses untuk belajar dan berlatih biasanya diawali dengan mencari buku referensi dan mengikuti pelatihan-pelatihan sehingga seseorang semakin mengerti dan memahami serta dapat menerapkan cara melakukan public speaking. Kedua, lingkungan yang kondusif dan memungkinkan seseorang menjadi konsisten untuk menjadi public speaker. Umumnya konsistensi ini akan terganggu manakala lingkungan tidak memberikan support yang positif. Ketiga, bakat sebagai sesuatu berhubungan dengan minat seseorang untuk menjadi seorang public speaker yang hebat, dan bagi sebagian orang bakat biasanya telah dimiliki tanpa harus berlatih atau belajar terlebih dahulu (Seputar &

Pendidikan, 2021)

### **Mempersiapkan diri saat akan berbicara didepan orang banyak**

Adapun kiat percaya diri ketika berbicara di depan umum sebagai mana disampaikan oleh Larasati (2009) antara lain (1) positive thinking 2) persiapan matang (3) mulai dari sekarang (4) rajin berlatih (5) rajin membaca dan (6) manfaatkan kesempatan (Nugrahani et al., 2012).

### **Penyebab seseorang grogi/gugup pada Public Speaking**

Beberapa penyebab seseorang grogi/gugup pada public speaking adalah (1) kurang persiapan (2) kurang penguasaan topik (3) perbedaan umur (4) kesehatan buruk (5) kurang berdiskusi dengan ahli (6) takut dievaluasi (7) kesadaran menjadi pusat perhatian (8) jumlah audiens. Dan Penyebab komunikator yang mengalami down syndrome adalah kurangnya persiapan, kemudian audience mempengaruhi konsep diri (komunikator yang mengalami kecemasan) sehingga pertahanan diri "tertekan" dan berdampak, ketegangan yang membuat diri komunikator merasa cemas (Aryadillah, 2017).

### **Metode penyampaian yang benar dalam Public Speaking**

Berbicara untuk meningkatkan kualitas eksistensi bukan sekedar berbicara, tetapi berbicara yang menarik, bernilai informasi, menghibur, dan berpengaruh. Atas dasar itu, keterampilan berbicara di depan umum perlu dimiliki oleh setiap orang. Public speaking berperan dalam penyampaian informasi dan teknik komunikasi yang sangat dibutuhkan oleh semua orang dalam berbagai bidang kegiatan (Oktavianti & Rusdi, 2019).

### **Hal-hal yang diperhatikan dalam Public Speaking**

Beberapa hal yang dapat dilakukan bagi public speaker, antara lain (1) berlatih dengan batas waktu (2) berlatih berpikir dan berbicara positif (3) berlatih kritis memeriksa kekurangan alur acara dan teks (4) Berkonsultasi dengan orang terdekat ketika ragu akan mengatakan sesuatu yang dianggap lucu tetapi berpotensi melukai perasaan orang lain (5) bertanya kepada keluarga yang lebih senior tentang peristiwa atau anekdot keluarga yang pantas diucapkan (Nugrahani et al., 2012)

### **Strategi penggunaan kata dan kalimat yang benar**

Dengan mengetahui ungkapan atau ekspresi yang sering digunakan dalam public speaking, diharapkan para pembelajar dapat lebih mudah dalam menyampaikan pesan kepada audien. Ungkapan tersebut antara lain (1) pembukaan (2) salam pembuka (3) memperkenalkan topik (4) memberi ungkapan transisi diantara ide-ide (5) menekankan ide-ide (6) mengundang partisipasi dan diskusi (7) mengklarifikasi pendapat orang lain (8) menekankan suatu hal (9) memberi contoh (10) merangkum dan menyimpulkan (11) teknik menginterupsi atau menyela percakapan (Maisarah, 2016)

### **Bagaimana melakukan Analisa terhadap audiens**

Analisis audiens adalah proses mengumpulkan informasi tentang orang-orang di audiens pembicara sehingga pembicara dapat memahami kebutuhan, harapan, keyakinan, nilai, sikap, dan kemungkinan pendapat mereka. Analisis audiens diperlukan untuk menemukan informasi yang akan membantu dalam menciptakan ikatan atau identifikasi kesamaan antara sang pembicara dan audiensnya. Semakin pembicara tahu dan memahami kebutuhan psikologis audiensnya maka pembicara bisa mempersiapkan pidatonya dan kepercayaan diri pembicara

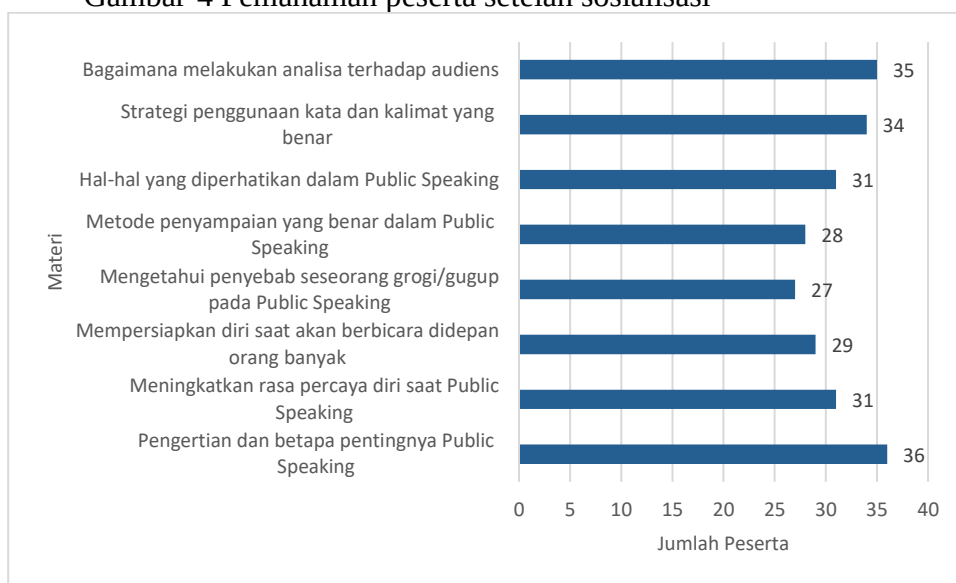


meningkat akan mengurangi kecemasan pembicara saat berbicara di depan audiensnya.

### Post-Evaluation

Setelah melakukan kegiatan sosialisasi public speaking, tim PKM melakukan post-evaluation kepada seluruh peserta terhadap pemahaman materi public Speaking. Evaluasi dilakukan dengan cara Praktek didepan peserta lainnya dengan asumsi bahwa para peserta adalah audiens. Hasilnya, ternyata terjadi peningkatan yang signifikan terhadap pemahaman materi public speaking yang diberikan selama sosialisasi. Namun demikian hasil jumlah peningkatan peserta dari evaluasi tersebut masih perlu diperbaiki, karena untuk menjadi public speaking yang baik, perlu terus berlatih dan memperbanyak tampil di depan umum serta menguasai materi yang disampaikan. Hasil post-evaluation tersaji pada gambar-4 berikut :

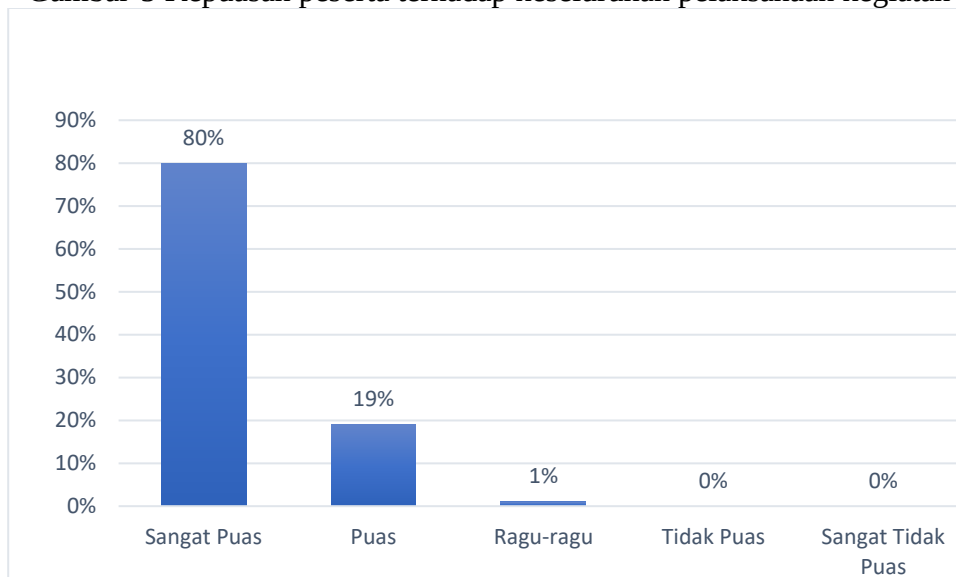
Gambar-4 Pemahaman peserta setelah sosialisasi



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

Pada evaluasi kepuasan peserta terhadap keseluruhan pelaksanaan sosialisasi public speaking, menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta menyatakan merasa puas terhadap pelaksanaan kegiatan sosialisasi public speaking tersebut, dimana 80% peserta menyatakan Sangat Puas dan 19% menyatakan Puas. Hasil evaluasi kepuasan keseluruhan pelaksanaan kegiatan, dapat disajikan pada Gambar-5, berikut :

Gambar-5 Kepuasan peserta terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan



Gambar-6 Foto kegiatan sosialisasi Public Speaking



#### D. Simpulan

1. Dari hasil post-evaluation yang dilakukan setelah kegiatan sosialisasi public speaking selesai dilaksanakan, dapat dilihat bahwa jumlah peserta yang memahami terhadap public speaking mengalami peningkatan dibandingkan pada hasil pre-evaluation, hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan sosialisasi public speaking berjalan dengan baik.
2. Pada pelaksanaan praktek pelaksanaan public speaking dilapangan, seluruh peserta sangat antusias dan menjalankan sesuai dengan materi paparan yang telah diberikan, hal ini menunjukkan bahwa isi materi, cara penyampaian dan penguasaan materi dari narasumber sangat baik.
3. Public speaking sangat dibutuhkan oleh semua sektor industri terutama yang berhubungan dengan pelanggan dalam jumlah yang besar. Dengan melakukan public speaking yang baik dan benar, maka akan membantu organisasi dalam mencapai tujuannya.
4. Hal terpenting yang harus diperhatikan dalam public speaking adalah persiapan matang, rajin berlatih, rajin membaca, berfikir positif dan mengenal audiens.

5. Sosialisasi public speaking harus secara terjadwal diberikan kepada semua kalangan masyarakat, yang tujuannya untuk menyiapkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki kompetensi yang dibutuhkan industri.

#### E. Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terimakasih tak terhingga atas terselenggaranya kegiatan ini, kepada:

1. Bapak Dr. Tjuk Sukardiman, MM. selaku Rektor ITL Trisakti.
2. Ibu Dr. Yuliantini, AMTrU, MM, selaku Wakil Rektor 1 ITL Trisakti
3. Ibu Dr. Sarinah Sihombing S.SOS. MM, selaku Direktur P3M ITL Trisakti
4. Bapak Drs. Wan Rudy Iskandar, MM. Kepala Disbudpar. Kabupaten Bintan

#### F. Daftar Pustaka

- Aryadillah. (2017). Kecemasan dalam Public Speaking (Studi Kasus pada Presentasi Makalah Mahasiswa). *Cakrawala*, 17(2), 198–206. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/2588/1796>
- Girsang, L. R. M. (2018). ‘Public Speaking’ Sebagai Bagian Dari Komunikasi Efektif (Kegiatan Pkm Di Sma Kristoforus 2, Jakarta Barat). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 81–85. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1359>
- Hasanah, H. (2017). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dalam Menurunkan Problem Tekanan Emosi Berbasis Gender. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 11(1), 51. <https://doi.org/10.21580/sa.v11i1.1446>
- Lahilote, H. S. (2010). Kajian Yuridis Terhadap Agen Perjalanan ( Travel Agent ). *Al-Syir'ah*, 8(2), 518–531.
- Maisarah, M. (2016). Ungkapan-Ungkapan Penting Dalam Public Speaking Important Expressions in Public Speaking. *Diglossia*, 8(1), 58–69.
- Masitah, I. (2019). *Itah Masitah*. 6, 45–56.
- Millenia, J., Sulivinio, S., Rahmanita, M., & Emier Osman, I. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A ( Attraction , Accessibility , Amenities , Ancillary Services ). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 284–293.
- Nugrahani, D., Kustantinah, I., Himatu K., R. F., & IKIP PGRI Semarang, L. (2012). Peningkatan Kemampuan Public Speaking Melalui Metode Pelatihan Anggota Forum Komunikasi Remaja Islam. *E-Dimas*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v3i1.246>
- Oktavianti, R., & Rusdi, F. (2019). Belajar Public Speaking Sebagai Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1), 117–122. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i1.4335>
- Ozali, I., & An, C. (2021). *Peningkatan Kapasitas Pramuwisata dengan Sosialisasi Travel &*

*Airline Terminology di Tanjung Pinang Socialization of Travel and Airlines Terminology on Improved Capacity Training of The Tour Guide at Tanjung Pinang. 1(1), 36–44.*

PURBA, J. W. P. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Perusahaan Studi Kasus : Grand Swiss-Belhotel Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(3), 122–130.

Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>

Seputar, J., & Pendidikan, P. (2021). *Dalam Kemampuan Public Speaking*. 2(1).